

VDLMAG

LE MAGAZINE DES VÉHICULES DE LOISIRS

N°148 - JUILLET 2026

Les VDL, au cœur de la transition touristique

VDLMAG A 35 ANS

**Entretien avec François Feuillet
et Michel Freiche**



ÉDITORIAL

Le tourisme de plein air, un allié de la transition écologique

Longtemps perçu comme un mode de vacances convivial, le tourisme de plein air confirme aujourd'hui ses atouts environnementaux. Camping-cars, caravanes et mobil-homes ont une faible empreinte sur le sol et favorisent une gestion plus sobre des ressources. Les capacités d'eau, d'énergie ou de stockage étant contraintes, les vacanciers adoptent naturellement des usages plus économes. Ce mode de voyage s'inscrit également dans la dynamique du **slow tourisme** : séjours de proximité, découverte des territoires, immersion dans la nature et rythme modéré.

La filière poursuit par ailleurs son engagement et cherche à satisfaire sa clientèle à la recherche de la plus grande autonomie. Dans les véhicules de loisirs, les ressources sont économisées pour éviter de devoir les recharger en cours de route. Ce système vertueux permet l'exemplarité des véhicules de loisirs. Ainsi, les réservoirs d'eau d'un camping-car, de 90 à 130 litres qui doivent « tenir » plusieurs jours avant d'être rechargés, sont à comparer aux 230 litres d'eau par jour utilisé par un touriste (Ademe). De plus Les camping-cars, caravanes et mobil-homes favorisent naturellement les économies d'énergie grâce à leurs espaces optimisés et à des équipements de plus en plus performants.

En outre, l'occupation temporaire des sols par les camping-cars, caravanes et mobil-homes limite l'artificialisation durable des espaces. Cette utilisation réversible permet de préserver les sols tout en offrant une grande flexibilité dans l'aménagement des sites.

Enfin les acteurs de la filière, constructeurs, accessoiristes, campings, etc. sont engagés depuis plusieurs années dans des démarches durables.

Autant d'actions qui montrent que le tourisme de plein air participe, à son échelle, à une mobilité et à des vacances plus responsables. ■

Le comité de rédaction

SOMMAIRE

03 • Expertise

Les VDL, au cœur de la transition touristique

08 • Interview

Patrice Malicorne
« L'un des modes de voyage les plus sobres qui soient »

10 • Témoignages

La France confirme son attractivité auprès des camping-caristes européens

13 • Zoom

François Feuillet et Michel Freiche : « 35 ans de VDL Mag, une publication sérieuse, structurée et documentée pour informer les élus »

16 • Les actus

18 • Chiffres-éco

Saisonniers et pénurie de logements : cap sur les VDL

Les VDL, au cœur de la transition touristique

On estime à tort que les véhicules de loisirs ont des impacts négatifs sur l'environnement. Une idée reçue qui ne résiste pas à l'analyse.



Polluants les véhicules de loisirs ? Et bien non ! Contrairement aux idées reçues, les camping-cars, caravanes et autres mobil-homes sont parmi les modes d'hébergement les plus vertueux pour l'environnement. Pour preuve, une étude de l'Ademe montre qu'une nuit en résidence secondaire correspond à 7 kg CO₂e¹, une nuit à l'hôtel à 5,3 kg CO₂e, une nuit en location à 5,2 kg CO₂e et une nuit en camping à 1,4 kg CO₂e seulement ! À l'heure où les mobil-homes représentent près de la moitié de l'offre d'hébergement des campings, on comprend d'autant mieux leur intérêt écologique qu'ils n'artificialisent pas les sols. De leur côté, les camping-cars ont, tout comme les voitures, un impact environnemental lorsqu'ils roulent. Cependant, dès qu'ils sont à l'arrêt et

servent de logement, ils se révèlent au contraire très vertueux.

DES VÉHICULES ÉCONOMES

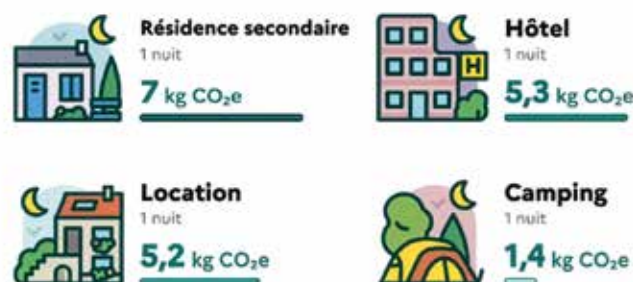
« Les campings-cars, fourgons, vans ou caravanes, sont des véhicules qui sensibilisent aux ressources puisque qu'ils ont une autonomie limitée en eau, électricité ou gaz », explique Nicolas Rousseau, directeur général du groupe Rapido. « Ils incitent donc les occupants à consommer moins d'eau ou d'électricité (souvent issue en partie des panneaux photovoltaïques). Tout dépend de l'usage du produit et des distances parcourues, mais c'est un moyen qui promeut le "slow tourisme", le local. À l'inverse le tourisme de masse, les croisières ou les voyages intercontinentaux ont un impact considérable sur l'environnement ». Ainsi les réservoirs

d'eau des camping-cars ont une contenance qui varie de 90 à 130 litres. Il est rare que les touristes itinérants s'approvisionnent quotidiennement en eau. Ainsi, on est loin des 230 litres d'eau par jour utilisés en moyenne par chaque touriste en 2019 selon l'Ademe. De nombreux véhicules de loisirs sont équipés de panneaux solaires ce qui limite drastiquement les branchements électriques. C'est d'autant plus vrai que les fournisseurs d'accessoires travaillent à proposer des équipements toujours plus performants. « Nous élaborons des solutions permettant d'optimiser la production et la gestion de l'énergie embarquée grâce aux panneaux solaires Antarion, disponibles avec différents types de cellules », souligne Cindy Berthelin, directrice marketing et communication d'Antares Diffusion. « Ces technologies permettent une production d'énergie journalière élevée ainsi qu'une durée de vie plus longue des panneaux solaires. Nous disposons de très nombreuses références avec des tailles différentes afin de mieux s'adapter à la place disponible sur les toits des véhicules. »

DES FABRICANTS AU RENDEZ-VOUS

Les fabricants de mobil-homes sont depuis longtemps engagés dans une approche environnementale au niveau de la fabrication, de l'usage et du recyclage de leurs produits. « Les mobil-homes n'artificialisent pas les sols », relève Nicolas Rousseau. « Pilotée par les constructeurs, une filière de déconstruction a été mise en place, permettant de faire du mobil-home un produit encore plus respectueux de l'environnement. De même que leur isolation et l'usage de panneaux photovoltaïques améliorent leurs consommations énergétiques. » Depuis quinze ans, **Éco Mobil-home**, l'éco-organisme des hébergements de l'hôtellerie de plein air, soutenu par les constructeurs de mobil-homes, prend en charge la déconstruction et le recyclage des mobil-homes. Les constructeurs multiplient les initiatives pour rendre leurs produits encore plus vertueux. Ainsi, **Résidences Trigano** propose désormais un pack énergie avec des capteurs sur les portes et fenêtres et un contacteur à clé permet de réduire la consommation d'énergie si les fenêtres sont ouvertes ou les occupants absents. **Rapidhome** a depuis longtemps choisi de préférer agrafage, vissage et clouage au collage, évitant ainsi l'émission de composés organiques volatiles (Cov) et facilitant le recyclage des parties agrafées ou vissées. L'entreprise fait également la part belle aux matériaux recyclés et au réemploi des chutes de matière. **Sunshine Habitat** propose un service « seconde vie » afin de rénover les mobil-homes. Le constructeur a également développé, avec le soutien de l'Ademe, une approche visant à minorer les différents impacts environnementaux de ses produits. Outre des travaux d'écoconception visant à limiter l'impact environnemental de ses mobil-homes au moment de leur construction, **Bio-Habitat** a également porté son effort sur la

Quel est l'impact de nos choix d'hébergement ?



Source : ADEME

limitation des consommations à l'usage. L'impact environnemental est principalement lié aux pratiques de consommation des vacanciers dans leur mobil-home plutôt qu'au mobil-home lui-même.

DES SITES DE PRODUCTION PLUS VERTUEUX

Les fabricants s'attachent aussi à limiter l'impact de leurs sites de production. « Nous avons investi plus d'1 M€ dans des ombrières photovoltaïques pour notre site de Mayenne et nous avons également équipé nos autres sites industriels de panneaux photovoltaïques », remarque Nicolas Rousseau. « Nous avons fait des isolations plus importantes dans nos bâtiments plus anciens, installés des destratificateurs² d'air dans certains ateliers, limité l'usage de la climatisation dans les bureaux ou encore les temps de chauffe de certaines machines. Nous pensons à éliminer le gaz comme source d'énergie de chauffage à moyen terme. »

Mobil-Home Rideau, pour sa part, a réduit ses volumes de déchets de 12 % entre 2019 et 2023 et a installé des panneaux photovoltaïques sur le toit de son nouveau bâtiment.

Enfin, au sein du **groupe Trigano**, un plan triennal 2024-2027 a pour objectifs d'amplifier les actions environnementales, tout en quantifiant les gains financiers obtenus. « Il s'articule autour de quatre axes, précise Alexandre Desneux, directeur de la transition énergétique du groupe : réduire la consommation d'eau et d'énergies en augmentant la proportion d'énergies renouvelables consommées ; réduire la production de déchets ; optimiser l'utilisation des matières premières et assurer la conformité réglementaire environnementale locale. »

Au-delà de la réduction de l'impact environnemental des véhicules de loisirs en eux-mêmes, les fabricants dans leur ensemble s'attachent à se montrer vertueux pour rendre ce secteur d'activité toujours plus vert. ■

1. Équivalent de dioxyde de carbone.

2. Le destratificateur homogénéise la température et réduit le chauffage.

DEUX QUESTIONS À...

NICOLAS DAYOT, président de la FNHPA (Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air)

« Le camping, l'un des hébergements touristiques les moins émetteurs de carbone »

Quel est l'impact environnemental du camping ?

L'impact environnemental du camping doit être appréhendé de manière globale. Il doit tenir compte à la fois des émissions de gaz à effet de serre, de l'occupation de l'espace, de la consommation de ressources et de la préservation des milieux naturels. Le camping figure parmi les modes d'hébergement touristique les moins émetteurs de carbone. Cette singularité tient d'abord à sa structure même : les campings comportent peu de bâtiments lourds comparativement aux hôtels ou aux résidences de tourisme. Or le secteur du bâtiment constitue l'un des principaux postes d'émissions de gaz à effet de serre. Comme toute activité touristique, le camping consomme de l'eau, de l'énergie et génère des déchets. Le secteur a donc engagé de nombreuses démarches pour améliorer sa sobriété. Par ailleurs, les campings bénéficient souvent d'implantations privilégiées : littoral, vallées, bords de lac, zones rurales, espaces naturels protégés. La profession a donc mis en place des politiques de végétalisation raisonnée, de réduction des produits phytosanitaires et de préservation de la faune locale.

Quelles sont les actions de la FNHPA en matière de développement durable ?

Elle agit comme un catalyseur de transformation pour l'ensemble de la profession.

Elle pilote plusieurs plans d'action nationaux consacrés :

- à l'eau ;
- aux déchets ;
- à l'énergie ;
- à la biodiversité ;
- à l'adaptation au changement climatique.

L'objectif est de donner un cap clair aux exploitants et de diffuser des solutions concrètes. Dans plusieurs régions, des chargés de mission spécialisés accompagnent d'ailleurs les campings dans leurs démarches. De plus, la Fédération entretient un dialogue constant avec les pouvoirs publics, les agences de l'eau, l'Ademe, l'Office français de la biodiversité et les ministères concernés. L'objectif est de simplifier les réglementations et de faciliter les investissements nécessaires. Le véritable enjeu n'est pas de faire émerger quelques établissements exemplaires, mais d'entraîner l'ensemble du secteur dans une dynamique de progrès. Car si les vacanciers choisissent toujours leur destination selon la proximité de la mer, la qualité des équipements ou l'offre de loisirs, la transition écologique s'impose désormais comme une condition de pérennité.





Trigano mise sur l'efficacité énergétique

« À périmètre constant, la consommation totale d'énergie de Trigano s'établit à 103 066 mégawattheures (MWh) au cours de l'exercice 2024-2025 (contre 111 594 MWh en 2023/24), soit une diminution de 7,6 % », souligne Alexandre Desneux, directeur de la transition énergétique du groupe. « Les énergies renouvelables représentent 15,4 % de l'énergie totale consommée par le Groupe, en progression de 3 % par rapport à l'exercice précédent. La production d'énergies renouvelables sur les sites de Trigano (solaire et biomasse) a atteint 9 405 MWh en 2025, dont 6 352 MWh grâce aux panneaux photovoltaïques. La production d'électricité issue de l'énergie solaire a ainsi progressé de 98 % par rapport à l'exercice précédent, en lien avec la mise en service de nouvelles installations, l'extension de la capacité de sites déjà en exploitation et, dans une moindre mesure, par un effet périmètre. »

PASSAGE DE LA NORME EURO 3 À L'EURO 6E : QU'EST-CE QUE ÇA CHANGE ?

Appliquée dès le début du nouveau millénaire, la norme Euro 3 concerne les moteurs essence comme diesel. Pour ces derniers, la plupart ne disposaient pas de filtre à particules et rejetaient un niveau très élevé de particules d'oxydes d'azote (NOx*). Au fil des générations de normes Euro (Euro 4 à partir de 2006, Euro 5 à partir de 2011 puis Euro 6 à partir de 2015), les technologies ont permis d'abaisser considérablement les émissions polluantes des moteurs. Ces dix dernières années, l'évolution s'est poursuivie avec les versions Euro 6E et, prochainement, l'arrivée de l'Euro 7. Pour le diesel, les gains sont impressionnants concernant les particules NOx, avec un différentiel de 1 à 50 entre un véhicule de 2001 et un modèle de 2026 ; c'est près de 95 % de réduction des émissions de particules fines. Par ailleurs, les consommations de carburant ont chuté de 20 % pour un camping-car récent de même gabarit à la norme Euro 6E.

* Les NOx regroupent différents oxydes d'azote : monoxyde d'azote, dioxyde d'azote et protoxyde d'azote. Ces composés chimiques composés d'oxygène et d'azote sont des polluants atmosphériques qui contribuent fortement à l'effet de serre.





Quelles technologies pour abaisser la consommation des VDL ?

Lorsque l'on parle des véhicules de loisirs et de leur consommation, il est important de distinguer la partie domestique de la partie « roulante ». Ces véhicules diesel sont devenus au fil des ans de moins en moins polluants. Leur consommation a fortement diminué grâce aux gains obtenus par une meilleure aérodynamique (formes plus profilées), et par le succès des véhicules plus compacts, plus légers et donc moins gourmands. Les constructeurs font de gros efforts pour réduire le poids, notamment pour le mobilier ou les panneaux isolants composant la carrosserie.

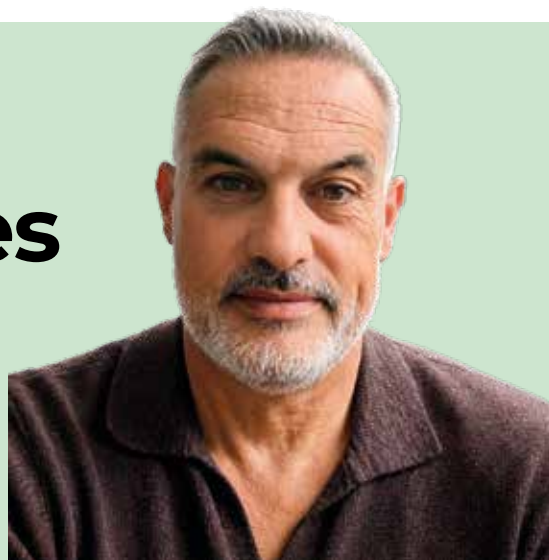
Les technologies concernant la partie habitation connaissent, de leur côté, une forte évolution visant à un usage de plus en plus vertueux. Avec de nouvelles batteries plus performantes, de type Lithium-fer-phosphate (LFP) ou même sodium-ion, le véhicule est de plus en plus autonome à l'étape. Isolation renforcée, pompe à chaleur, appareils à haut rendement, LED omniprésentes, usage du solaire, gestion énergétique intelligente : la révolution est en marche pour réduire toujours davantage la consommation énergétique du voyage itinérant. Si le solaire ne fait pas avancer le camping-car, il réduit fortement la dépendance lors de son branchement.



PATRICE MALICORNE

responsable BP Gammes, marketing-produit
chez Sunroad Equipment

“L’un des modes de voyage les plus sobres qui soient”



Sunroad Equipment s’implique au quotidien pour proposer des solutions permettant de mieux piloter les ressources et de limiter l’impact environnemental des camping-cars.

Selon vous, les vacances en camping-car sont-elles vertueuses pour la planète ?

On parle beaucoup de l’empreinte environnementale du camping-car. C’est une question légitime et on ne l’esquive pas. Elle mérite d’être posée honnêtement : quand une famille part une semaine en Europe en camping-car, elle voyage et dort dans le même véhicule. Pas d’avion, pas d’hôtel, pas de transferts. C’est donc l’un des modes de voyage les plus sobres qui soient, bien loin de l’avion ou du bateau de croisière ! Le véhicule de loisirs, c’est aussi un tourisme lent, diffus, qui va là où il y a de la place plutôt que de s’entasser dans des spots saturés. Cela dit, la filière ne s’est jamais reposée sur ce constat. Au contraire. Réduire les consommations

d’eau et d’énergie embarquée, piloter les ressources, concevoir des produits plus durables... ce n’est pas une posture récente pour le Groupe. C’est le cœur de notre métier depuis toujours. Un véhicule de loisirs a des ressources limitées par définition – poids, volume, capacités de recharge. On ne peut pas voyager confortablement sans apprendre à bien les gérer. Cette contrainte, on l’a toujours transformée en expertise. Aujourd’hui, celle-ci s’étend à toute la chaîne, de l’analyse du besoin à la conception des produits, jusqu’à l’expérience de l’utilisateur à bord. Le Groupe s’est toujours fortement impliqué dans ces sujets, dans ses produits mais aussi dans ses structures. D’ailleurs notre entrepôt de Lézignan-Corbières (Aude)

bénéficie d’une couverture en panneaux solaires qui permet d’alimenter en électricité environ 500 foyers alentour !

Comment vos produits permettent-ils de réduire les consommations d’énergie ou d’eau dans un camping-car ?

Dans un véhicule de loisirs, l’autonomie repose principalement sur trois ressources : l’électricité, l’eau et le gaz. Elles sont indispensables au confort à bord, mais elles sont aussi limitées par les contraintes propres au véhicule : le poids, le volume disponible, la capacité de stockage, les possibilités de recharge ou de remplissage. L’enjeu n’est donc pas de demander à l’utilisateur de se contraindre ou de renoncer au confort. Au contraire, notre rôle est de lui permettre de voyager plus librement, plus longtemps, avec un niveau de confort toujours plus élevé, tout en utilisant mieux les ressources disponibles à bord. Notre expertise est de construire des solutions cohérentes, adaptées au véhicule, au profil du client et à ses usages réels. Il s’agit de trouver le bon équilibre entre

“Notre rôle est de permettre de voyager plus librement, plus longtemps, avec un niveau de confort toujours plus élevé, tout en utilisant mieux les ressources disponibles à bord.”

autonomie, confort, poids, encombrement, capacité embarquée et efficacité des équipements.

Pour l'électricité, par exemple, nous travaillons sur des éco-systèmes complets. L'objectif est de coordonner l'ensemble de la chaîne énergétique : production solaire, recharge moteur via DC/DC¹ intelligent, recharge secteur, stockage lithium, conversion 230 V, pilotage et suivi des consommations. Cette approche permet d'utiliser chaque source d'énergie au bon moment, de limiter les pertes, d'améliorer le rendement global et de rendre l'énergie réellement disponible pour les usages du quotidien.

Pour l'eau, la logique est la même : les principaux postes de consommation sont souvent les usages sanitaires, notamment la douche et les toilettes. L'enjeu n'est pas seulement d'augmenter la taille des réservoirs, il faut aussi mieux gérer chaque litre embarqué. C'est pourquoi nous capitalisons sur les solutions qui font évoluer les usages sanitaires à bord. Par exemple, les kits de séparation permettant de transformer certaines toilettes à cassette en toilettes à séparation, vont dans ce sens. Ils permettent de conserver l'installation

existante tout en séparant les déchets liquides et solides, ce qui réduit le recours à l'eau de chasse, limite l'usage de produits chimiques, diminue les odeurs et simplifie la gestion quotidienne des effluents.

Notre philosophie est simple : réduire les consommations ne signifie pas vivre avec moins de confort. Cela signifie mieux concevoir les systèmes embarqués, mieux associer les équipements, mieux piloter les ressources et permettre à l'utilisateur de profiter pleinement de son véhicule, sans subir les contraintes techniques liées à l'autonomie.

Intégrez-vous des systèmes de pilotage ou d'optimisation des consommations ? En quoi est-ce utile ?

Oui, car la maîtrise des consommations passe de plus en plus par la compréhension. On ne gère bien que ce que l'on voit ! Les systèmes de pilotage, d'affichage ou d'optimisation permettent à l'utilisateur de mieux comprendre son autonomie réelle : niveau de batterie, production disponible, consommation instantanée, état de charge, besoins prioritaires. Cela transforme la relation à l'énergie : on ne subit plus son autonomie, on

la pilote. L'intérêt n'est donc pas seulement technique. Il est aussi comportemental.

Intégrez-vous des critères d'éco-conception dans le développement de vos produits ?

Oui, avec une approche progressive et pragmatique. L'éco-conception ne doit pas être réduite à une promesse marketing. Dans notre métier, elle commence par des questions très simples : le produit est-il utile ? Est-il durable ? Est-il bien adapté à l'usage ? Peut-il être réparé ? Évite-t-il des consommations inutiles ? Évite-t-il un remplacement prématuré ?

Notre démarche consiste à intégrer dès la conception des critères comme la durée de vie, la réparabilité, le poids, la consommation en usage, la facilité d'installation, la disponibilité des pièces et le choix des matériaux lorsque cela est possible – c'est souvent là que se jouent les vrais enjeux environnementaux.

Utilisez-vous des matériaux recyclés ou recyclables ?

La réponse dépend des familles de produits. Certains équipements peuvent intégrer des matériaux recyclables ou des solutions limitant les emballages. D'autres sont soumis à des contraintes fortes de sécurité, de résistance mécanique, de conformité électrique, d'exposition aux UV, à l'humidité ou aux vibrations. Notre approche est d'avancer produit par produit, gamme par gamme, en tenant compte de la réalité technique de chaque famille. Dans un véhicule de loisirs, un produit responsable doit d'abord être un produit fiable, sûr, durable et réellement adapté à son environnement. ■



1. Le terme « DC/DC » signifie « courant continu vers courant continu » (Direct Current en anglais).

La France confirme son attractivité auprès des camping-caristes européens

Tout au long de l'année de nombreux camping-caristes européens sillonnent les routes françaises. Quelle est leur vision de l'accueil des camping-cars dans l'Hexagone ? Qu'apprécient-ils dans leur séjour ? Rencontre avec des touristes itinérants Italiens et Allemands.

BRUNO BARBON ET ANNA MARTINENGO, ITALIE

« La France est le meilleur pays pour la diversité de son offre »

Retraité, j'aurai bientôt 75 ans et vis à Trévise, en Vénétie. Je voyage en camping-car depuis 1987 et la première sortie avec ce véhicule a été en Normandie. Je voyage avec ma femme, Anna. Normalement, nous nous rendons en France tous les ans. Les raisons pour lesquelles nous venons en France sont multiples : les paysages, les traditions, l'histoire, les monuments historiques, la gastronomie, le vin, l'accueil, etc. Nous choisissons nos destinations en fonction de ce que chaque territoire peut offrir. Concernant les régions que nous avons visitées, il est plus simple de citer celles que nous n'avons pas encore découvertes ! En ce qui concerne l'accueil réservé aux camping-caristes, la France est peut-être le meilleur pays que je connaisse pour la diversité de son offre. Je dois toutefois dire qu'au Cap Fréhel et à Saint-Malo, l'année dernière, nous n'avons pas réussi à stationner notre camping-car et donc à visiter ces lieux. Mais cela reste des exceptions. ■



BARBON

MARINA DE MITRI, ITALIE

« En France, il y a davantage d'attention portée au tourisme itinérant »

Mon mari et moi sommes camping-caristes depuis presque 30 ans. Nous avons 60 ans et vivons en Lombardie, près du lac de Garde. Nous sommes tous les deux biologistes et voyageons en couple en compagnie de nos chiens. Dès que nous avons des congés, nous partons. Nous nous rendons en France environ quatre fois par an. Nous venons en France parce que nous aimons énormément ce pays et parce que l'accueil y est toujours chaleureux, bien meilleur qu'en Italie. En France, il y a davantage d'attention portée au tourisme itinérant. Nos critères de choix en matière de destinations sont variés. Nous recherchons notamment l'art, la nature et la tranquillité. À l'exception de la Corse et de l'Outre-mer, nous avons visité toutes les régions. ■



BARBON

Bruno Barbon.



BOYD

Mary Boyd et Sergio Ferrando.

MARY BOYD, ITALIE

« Nous passons plusieurs mois par an en France »

J'ai 79 ans et vis dans la région du Piémont en Italie, à seulement 150 km de la France. J'ai enseigné l'anglais et je travaillais également comme interprète et traductrice pour diverses entreprises, une activité que j'ai pu continuer à exercer en camping-car. Je voyage toujours avec mon mari et nos chiens. Nous avons acheté notre premier camping-car en 2001 et sommes membres de France Passion depuis 2004. Depuis notre retraite, nous passons plusieurs mois par an en France. Nous avons voyagé dans la majeure partie de l'Europe, mais nous avons toujours préféré la France car la culture et la mentalité envers les camping-caristes nous ont toujours permis de nous sentir les bienvenus. Nous choisissons généralement une destination que nous n'avons pas encore visitée ou que nous avons particulièrement aimée. Nous apprécions le fait que presque chaque village possède une aire de camping-car où nous pouvons vider nos eaux usées et remplir notre réservoir d'eau.

Nous avons peu voyagé en Italie car ce n'est que récem-

ment que les camping-cars y ont été véritablement acceptés. De nombreuses entreprises privées acceptent désormais les camping-cars pour la nuit, mais elles sont généralement assez chères ou exigent que vous achetiez leurs produits. ■



BOYD

BERND ET ANNETTE HAUSSLER,
ALLEMAGNE

« On sent que la France aime les touristes en camping-car »

Nous avons 54 et 53 ans et habitons entre Francfort et Mayence. Nous voyageons depuis 10 ans à bord de notre camping-car. Nous venons en France car les paysages sont magnifiques, il est facile de circuler et se garer et il y a de très nombreuses choses à faire. Nous adorons la gastronomie, découvrir de bons vins et les produits du terroir. Même dans des petits villages il y a toujours des restaurants ou des producteurs qui ouvrent leurs portes. À chaque fois nous sommes ravis. Les Français sont très accueillants.

Nous nous rendons en France au moins une fois par an. Nous adorons la Bretagne, la côte Atlantique, l'Alsace et les Châteaux de la Loire. Nous choisissons une région et de là nous circulons autour. Il y a toujours un office de tourisme pour nous renseigner une fois sur place. Nous aimons la mer, les grands espaces, la nature, mais aussi les visites culturelles ou découvrir le patrimoine. Nous bénéficions d'un très bon accueil partout. Il y a de nombreuses aires, même dans des petits villages. Il y a toujours des personnes pour nous aider et nous prodiguer des conseils. On sent que la France aime les touristes en camping-car. En Allemagne nous sommes probablement plus stricts et moins permissifs qu'en France, mais nos autoroutes sont gratuites. En France nous utilisons beaucoup le réseau secondaire car les tarifs des péages sont élevés. ■



HAUSSLER

ULRIKE ET THOMAS JOOS, ALLEMAGNE

« La France est un pays très accueillant pour les camping-cars »

Nous avons 63 ans et 66 ans et vivons en Bavière, près de Munich. Ulrike travaille encore tandis que je suis retraité du secteur bancaire. Même si nous aimons parfois séjourner à l'hôtel ou dans une maison de vacances, nous avons toujours été des campeurs : d'abord sous la tente, puis en mobil-home et, depuis quelques années, en camping-car. Nous allons en France plusieurs fois par an. Nous nous rendons en France, d'une part parce que nous sommes pays voisin, et d'autre part parce que nous nous y sentons bien. Nous aimons la culture, les villes et sites historiques, les paysages, l'atmosphère, l'ambiance et bien sûr la bonne cuisine. En matière de destinations nous choisissons une région intéressante ou une zone particulière à découvrir. Nous évitons volontairement les lieux trop touristiques, ou alors nous les visitons en dehors des périodes de forte affluence. Quant à la manière d'y arriver et à la durée du trajet, cela se décide souvent spontanément. Il arrive que l'on ait certaines attentes concernant un lieu ou une destination, et elles sont généralement satisfaites. Mais il est encore plus fréquent qu'un endroit auquel nous n'avions pas prêté attention se révèle finalement tout aussi intéressant. Et ce genre d'expérience n'est possible que grâce à la flexibilité qu'offre le camping-car.

Parmi les régions que nous avons visitées, il faut d'abord citer le Grand Est : un voyage intéressant, mais aussi exigeant sachant que notre camping-car mesure 7,40 m de long. Notre périple depuis la source de la Loire jusqu'à son embouchure a été beaucoup plus détendu. Nous avons également parcouru la côte Atlantique de la Gironde jusqu'aux Pyrénées. Le Languedoc et la Camargue sont des régions où il fait toujours bon de revenir. Nous trouvons que la France est globalement un pays très accueillant pour les camping-cars. Il existe un grand nombre d'aires de stationnement de toutes sortes. Dans de nombreuses villes – même dans des petits villages – on trouve des infrastructures avec des services de vidange et de remplissage d'eau. La seule chose que nous apprécions moins, c'est le nombre croissant de barrières de hauteur. Cela peut se comprendre dans certains cas, mais pas toujours. Nous avons malheureusement déjà dû renoncer à certains arrêts à cause de cela. Nous voyageons énormément avec France Passion que nous apprécions beaucoup. ■



Ulrike et Thomas Joos.

JOSS

EZIO MILANO, ITALIE

« L'Italie est très belle, mais possède moins d'infrastructures d'accueil »

Je suis un retraité de 73 ans. Je vis dans le Piémont, dans la province de Coni, au pied des Alpes, à quelques kilomètres de la frontière. Je voyage avec ma femme et nous allons souvent en France. Je fréquente la France parce que je trouve que c'est l'endroit idéal pour le tourisme de plein air : il y a de nombreuses aires de stationnement, des campings et des possibilités de halte chez des particuliers, avec des prix raisonnables. Je choisis mes destinations selon la période de l'année et en fonction de ce que je n'ai pas encore visité. Le sud en hiver, le nord en été. Nous avons visité des régions allant de la Normandie à la Provence, de l'Aquitaine à la Bourgogne. L'Italie est très belle, mais elle possède moins d'infrastructures d'accueil. L'accueil des camping-cars y est moins développé. En saison estivale, il y a beaucoup de monde et les prix sont excessifs ; hors saison, peu de structures restent ouvertes. ■

“35 ans d’une publication sérieuse, structurée et documentée pour informer les élus”

Créé en 1991, VDL Magazine fête ses 35 ans. L’occasion de faire le point sur notre publication avec François Feuillet, président d’UNI VDL durant presque trois décennies et Michel Freiche, président d’UNI VDL depuis trois ans. Entretien croisé.

Pourquoi avoir créé VDL Magazine ?

Au moment du lancement de ce magazine, les idées négatives sur le camping-car étaient courantes. Le véhicule était considéré comme un pollueur et les camping-caristes comme des profiteurs sans savoir-vivre. Cela créait des réactions de rejet. Plutôt que d’accueillir les camping-cars, les élus locaux avaient tendance à vouloir les repousser et à leur interdire le stationnement. Ils prenaient toute sorte de mesures pour empêcher ce type de tourisme. Finalement, ils se privaient d’une activité économique importante. Les camping-caristes dépensent en effet beaucoup d’argent localement, que ce soit en matière d’approvisionnement, d’achat de produits locaux, de restauration ou de visites culturelles. Il était donc important de lutter contre ces préjugés. À l’époque, nous organisions des réunions avec les élus, mais cela n’avait qu’un faible impact car l’on ne touchait qu’un nombre restreint de responsables. D’où la décision de créer une publication sérieuse, structurée et documentée pour informer plus largement les élus.

L’idée avec VDL Magazine n’était pas de créer un simple journal corporatiste destiné aux

constructeurs de camping-cars, aux distributeurs ou aux fournisseurs du secteur, mais bien une véritable publication de fond. L’objectif était de proposer une revue suffisamment solide pour que ses articles puissent éventuellement être repris par d’autres journaux. C’est d’ailleurs ce qui s’est produit dans les années qui ont suivi.



Quelle en est la vocation ?

La vocation première de VDL Magazine est d’être un outil d’information, de communication et de pédagogie à destination des élus et des décideurs publics.

Son objectif est de permettre une meilleure compréhension des enjeux liés aux véhicules de loisirs – qu’il s’agisse des camping-cars, des caravanes et des mobil-homes – et plus largement d’une forme de tourisme un peu particulière puisqu’il s’agit d’un tourisme itinérant.

Le magazine vise donc à donner aux élus les éléments

nécessaires pour qu’ils puissent prendre des décisions éclairées concernant l’accueil de cette clientèle sur leurs territoires. Il aborde de nombreux sujets liés à l’accueil des véhicules de loisirs : la législation, les réglementations locales, les bonnes pratiques ou encore les initiatives innovantes de certains élus ou territoires qui peuvent être pris pour exemple par d’autres communes.

Quel lectorat visez-vous ?

Nous diffusons notre magazine auprès des députés, des sénateurs et des élus locaux. Cela étant dit, nous savons que notre publication circule dans les services. Un même exemplaire est souvent lu

“L’offre française est nettement plus développée que dans d’autres pays européens.”

par plusieurs personnes au sein des collectivités : mairies, intercommunalités, offices de tourisme, syndicats d'initiative, comités départementaux du tourisme, etc. C'est important car la qualité de l'accueil des camping-cars relève aussi de responsables juridiques, de directeurs de services généraux ou d'adjoints en charge de la circulation.

Notre volonté est donc d'informer tous ceux qui, de près ou de loin, sont impliqués dans les décisions prises en matière d'accueil des camping-cars.

Quelles ont été les principales évolutions du magazine ?

Au fil des ans, nous avons opéré des changements au niveau de la maquette. Lors de son lancement, il était un peu austère, ce qui n'est plus le cas aujourd'hui. Cependant, sur le fond, nous avons toujours conservé la même ligne éditoriale. Encore aujourd'hui l'idée est de montrer en quoi le camping-car satisfait l'envie de liberté et d'évasion de bon nombre de Français tout en étant un atout pour les communes en termes d'économie touristique. Ce message est même devenu encore plus important qu'autrefois. Le parc de camping-cars a considérablement augmenté en 35 ans. Dans certaines communes touristiques, la pression est devenue très forte. Et si l'accueil n'est pas correctement organisé, cela peut effectivement devenir problématique. Il faut donc prévoir des aires de stationnement adaptées, proches des lieux de visite. Auparavant, nous défendions l'idée que les camping-cars devaient pouvoir stationner partout, y compris au centre des villes touristiques. Aujourd'hui, notre réflexion a évolué. Plus personne ne stationne au centre de certaines stations touristiques, pas même les voitures. Il faut donc organiser un accueil équilibré et intelligent.

Le rôle actuel de VDL Magazine consiste donc précisément à expliquer aux collectivités comment tirer profit de cette clientèle tout en évitant les nuisances ou les tensions avec les habitants.



Quel bilan tirez-vous de ces 35 ans d'expérience éditoriale ?

Le bilan de ces trente-cinq années est très positif. Notre approche a fonctionné, même s'il a toujours été difficile d'évaluer précisément le nombre réel de lecteurs. Nous avons néanmoins le sentiment que la publication circule largement à l'intérieur des institutions. Par exemple, nous envoyons deux exemplaires à chaque député : un à l'Assemblée nationale et un autre dans sa circonscription. D'après leurs retours, nous savons

qu'ils connaissent cette revue et qu'elle est lue. De toute façon, le travail entrepris relevait du temps long, car nous nous attaquons à toute une série d'idées fausses autour du camping-car. Les élus ne sont pas quotidiennement plongés dans les problématiques liées au tourisme itinérant. Ce ne sont pas forcément des sujets qu'ils suivent tout au long de l'année. Il est donc utile de maintenir un travail d'information permanent.

Un autre problème est qu'avec les élections municipales, il existe un important renouvellement des élus locaux. Tous les cinq ans, il faut recommencer le travail d'information auprès de nouveaux élus qui arrivent parfois avec les mêmes préjugés que leurs prédécesseurs. Si cette publication existe toujours, 35 ans plus tard, c'est bien parce qu'elle répond à un véritable besoin. Si nous avions estimé qu'elle n'était pas utile, nous aurions arrêté depuis longtemps.

Avec le recul, VDL Magazine nous a permis d'opérer un très gros travail au niveau de l'accueil. La France bénéficie aujourd'hui d'une excellente réputation en matière d'accueil des camping-cars. L'offre française est nettement plus développée que dans d'autres pays européens.

François Feuillet

ancien président
d'UNI-VDL



Michel Freiche

président
d'UNI-VDL



“Notre volonté est donc d’informer tous ceux qui, de près ou de loin, sont impliqués dans les décisions prises en matière d’accueil des camping-cars.”

Nous accueillons donc énormément de touristes étrangers qui viennent en France parce qu'ils savent qu'ils y trouveront des infrastructures adaptées et un accueil globalement favorable. C'est tout à fait bénéfique pour la balance commerciale française.

Par ailleurs le fait d'avoir travaillé pendant toutes ces années avec la même maison d'édition a permis d'approfondir progressivement la compréhension des enjeux et des objectifs de cette publication. Un comité de rédaction se réunit à chaque numéro afin de définir précisément les angles, les formulations et la ligne éditoriale à suivre. Au moment de la publication, ce comité s'assure que les articles respectent bien nos objectifs en termes de qualité de l'information. Cette continuité et ce suivi permettent de conserver une cohérence intellectuelle forte et une parfaite maîtrise du sujet.

La ligne éditoriale du magazine est-elle appelée à évoluer dans l'avenir ?

La ligne éditoriale doit évidemment s'adapter à l'évolution de l'environnement et des problématiques rencontrées à l'instar de ce qui s'est produit pour le stationnement. Aujourd'hui, il n'existe pas de

bouleversement majeur nécessitant une transformation profonde du magazine. Mais il est évident que de nouveaux sujets apparaîtront au fil des ans.

Par exemple, lorsque les camping-cars fonctionneront majoritairement à l'énergie électrique, de nouvelles questions se poseront sur les infrastructures de recharge et l'adaptation des aires d'accueil. Le magazine évoluera donc naturellement en fonction des nouveaux besoins d'information des élus.

Quel sera le défi à relever dans les années à venir ?

Probablement celui de la numérisation de la revue. Le coût du papier et de l'expédition augmente fortement. Il devient donc nécessaire d'évoluer vers des formats numériques, y compris pour des raisons environnementales. Cependant, cette transition est complexe pour différentes raisons. D'abord, nous connaissons rarement le nom des véritables lecteurs de la publication au sein des collectivités. Nous adressons le magazine à la commune et c'est la personne qui le réceptionne qui le remet au bon interlocuteur. De plus, la version papier circule naturellement

entre les différents services. Pour passer au format numérique, il faudrait trouver un moyen efficace d'atteindre directement les bonnes personnes : responsables juridiques, élus chargés de la circulation, du tourisme ou de l'urbanisme, directeurs de services, etc. La seconde difficulté est que nos enquêtes de lectorat montrent que nos lecteurs restent très attachés à la version papier du magazine. Pour toutes ces raisons, nous considérons que l'édition papier conserve aujourd'hui toute son utilité, même si le magazine est d'ores et déjà disponible sur le site internet d'UNI VDL. ■



Vacances abordables au camping !

Le camping reste l'un des modes d'hébergement les plus abordables en Europe : c'est le constat d'une étude du portail Pincamp. Selon cette analyse, une nuit de camping en haute saison pour une famille coûte en moyenne 49 € en Europe. Les tarifs les plus avantageux se trouvent dans le nord du continent, notamment en Norvège (38 €), en Suède (40 €) et en Allemagne (41 €).

À l'inverse, la Suisse (61 €), l'Italie (63 €) et surtout la Croatie (73 €) figurent parmi les destinations les plus onéreuses. Avec un coût moyen de 46 € la nuit, la France se situe légèrement en dessous de la moyenne européenne.



Stéphane Cordeille nous a quittés



Directeur général du groupe Thetford, Stéphane Cordeille est décédé le 31 mai dernier des suites d'une longue maladie. Pour tous ceux qui ont eu la chance de le connaître et de travailler avec lui, Stéphane était un leader exceptionnel, un collègue de confiance et un ami précieux, apprécié par de nombreuses personnes dans le secteur des véhicules de loisirs. Son dévouement, sa vision et son engagement sans faille envers Thetford ont joué un rôle déterminant dans le développement de l'entreprise et le renforcement de sa position. Le décès de Stéphane est une perte immense pour toute la profession. Le comité de rédaction de VDL Magazine adresse ses plus sincères condoléances à sa famille, à ses proches ainsi qu'à l'ensemble des équipes de Thetford.

Aides à la conduite obligatoires



À partir du 7 juillet 2026, la deuxième phase du règlement de sécurité générale (n°2019-2144) de l'Union européenne entre en vigueur. Les nouveaux camping-cars devront être équipés d'une série d'assistants électroniques. De nouveaux systèmes de sécurité deviennent obligatoires, dont le freinage automatique, la détection de fatigue ou encore le contrôle de la pression des pneus. Les propriétaires de véhicules déjà immatriculés ne sont pas concernés par ces nouveaux équipements.

HANROAD

Le van confirme son capital sympathie

Le site LeBonCoin vient de réaliser une étude auprès de 2 000 utilisateurs du site. À la question de l'image qu'ils ont de la « van life », 60 % ont répondu « assez bonne ou très bonne image » (65 % pour la tranche des 25-34 ans). Sans surprise, les notions de liberté, d'autonomie et de « où je veux, quand je veux » ont été plébiscitées par 62 % des interrogés. 35 % mettent également en avant des coûts réduits et 31 % la possibilité de se connecter davantage à la nature.



HANROAD

Le salon des VDL fête sa 60^e édition



Le salon des véhicules de loisirs (SVDL) célébrera sa 60^e édition du 26 septembre au 4 octobre au parc des expositions de Paris-Le Bourget. Pour ce rendez-vous incontournable du secteur, les organisateurs espèrent dépasser le record de fréquentation enregistré l'an dernier. L'événement réunira l'essentiel de la production européenne de véhicules de loisirs et sera l'occasion de découvrir de nombreuses nouveautés. Créé en 1966 sous le nom de « Salon International de la caravane et du caravanning », l'événement se tenait déjà à Paris-Le Bourget. Il rassemblait alors une centaine d'exposants dans 12 000 m², avec la caravane comme vedette principale. Cette première édition avait attiré près de 35 000 visiteurs, séduits par l'essor des vacances en camping et la promesse de liberté du caravanning. Porté ensuite par le développement du camping-car, le salon s'est progressivement transformé en salon des véhicules de loisirs. Sa surface d'exposition a été multipliée par six pour atteindre aujourd'hui 70 000 m², confirmant son statut de référence européenne du secteur.



CLC : une année d'actions et un nouveau bureau

L'Assemblée générale du Comité de liaison du camping-car (CLC) s'est tenue le 20 mai dernier et a entériné le changement de président avec le départ de Daniel Gaborit, remplacé par Marie-Madeleine Couturier, membre de la Fédération française des associations de clubs camping-caristes (FFACCC). L'ensemble du bureau a été renouvelé, notamment avec l'arrivée au poste de trésorier d'Anthony Pautard, nouveau président de la Fédération nationale des distributeurs de VDL (Dica). Lors de cette réunion, Benoît Ferreira a dressé le bilan d'une année d'actions en faveur du stationnement dans les communes de France. Le CLC a pu apporter son soutien à une quarantaine de communes, notamment pour l'aménagement d'aires, la révision d'arrêtés municipaux et la mise en place de schémas d'accueil.



MOOVEO

Vacances : toujours en camping-car

Porté par un fort engouement des voyageurs, le tourisme itinérant s'annonce une nouvelle fois comme un levier important de dynamisation des économies locales. Selon les dernières intentions de départ recueillies auprès des voyageurs itinérants, plus de 78 % d'entre eux prévoient de partir cet été. Cette forte mobilisation devrait générer près de 1,6 milliard d'euros de retombées économiques pour les territoires, soit davantage qu'en 2025. Les dépenses quotidiennes moyennes hors hébergement s'établissent à 39 € par personne, confirmant la contribution significative de ces voyageurs aux commerces, services et activités locales. La Bretagne demeure la destination la plus prisée, devant la Nouvelle-Aquitaine et la Normandie.

Autre tendance marquante : septembre s'impose comme le mois préféré des camping-caristes. Plus de sept voyageurs sur dix envisagent un séjour à cette période, privilégiant des destinations plus proches qui permettent de concilier maîtrise du budget et plaisir de voyager.

Saisonniers et pénurie de logements : cap sur les VDL

La problématique du logement des saisonniers touristique est criante. Cette difficulté concerne aussi d'autres secteurs. Pour y faire face, des salariés choisissent les VDL.

Loger les saisonniers est ardu : pénurie de logements, faiblesse du foncier disponible, concurrence avec les locations de type AirBnB, tarifs élevés... Les besoins sont supérieurs à l'offre. Ce phénomène touche également le secteur du bâtiment et les grands chantiers, comme les centrales nucléaires. Pour faire face à ces difficultés, un nombre croissant de salariés mobiles choisissent désormais de séjourner en camping-car, caravane ou mobil-home.

Comment loger les salariés qui interviennent dans des zones tendues en matière d'hébergement touristique ? Et comment héberger ceux qui travaillent dans des territoires peu équipés pour accueillir des ouvriers ou des techniciens indispensables au bon fonctionnement de leur secteur d'activité ?

Dans le BTP, les structures de type Algeco sont toujours d'actualité, mais un nombre croissant d'intervenants aspirent à davantage d'intimité, de confort et d'autonomie. D'où la montée en puissance de l'hébergement des salariés en mobil-homes, camping-cars ou caravanes. Le phénomène est évidemment courant dans le secteur



LUC V. DE ZEEUW/ISTOCK

de l'hôtellerie de plein air où de nombreux saisonniers occupent une chambre dans un mobil-home du camping où ils travaillent. Cette tendance gagne peu à peu d'autres secteurs d'activité comme les grands chantiers d'EDF. Surtout, des communes s'impliquent désormais aux côtés de ces acteurs pour accueillir au mieux leurs salariés.

UN BON ACCUEIL À ROCHE-MAURE ET LA CHAPELLE-SUR-LOIRE

Rochemaure est située près de la centrale de Cruas-Meysses, en Ardèche. Lors du conseil municipal du lundi 4 novembre 2024, le maire de la commune, Olivier

Faure, a souligné « l'enjeu touristique et économique de l'accueil des camping-cars dans le cadre du grand carénage du CNPE¹. Un certain nombre de prestataires ont fait du camping-car leur mode d'hébergement durant leur mission dans notre territoire. Il est donc apparu nécessaire d'organiser leur accueil pour leur offrir un espace dédié offrant les services indispensables à leur séjour ». L'édile a par ailleurs indiqué que « les camping-caristes consomment localement ». C'est pourquoi la commune a collaboré avec EDF pour créer une aire d'accueil d'une douzaine de places pouvant accueillir aussi bien les touristes que les prestataires d'EDF. Une mission d'aménagement confiée à Aire-Services. Ce projet a coûté environ 112 000 euros, comprenant le terrassement.

Toujours dans le secteur de l'électricité, le camping municipal de La Chapelle-sur-Loire accueille les camping-cars ou caravanes des travailleurs de la

Coût du projet de proposer quatre mobil-homes reconditionnés à des saisonniers à Saint-Laurent-Nouan et à Vallières-les-Grandes

Coût total du projet : 51 120 € TTC.

Subventions :

• Action Logement (AL'INOV¹) : 20 448 €

• Conseil départemental : 18 660 €

• ADT : 12 000 €

• UMIH : le solde et les premiers équipements (vaisselle, draps...)

centrale nucléaire de Chinon. Il propose un tarif dégressif en fonction de la durée de location de l'emplacement : 12 € les 24h, 70 € les 7 jours.

POUR LES SAISONNIERS

De son côté, l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH) 41, en partenariat avec Action Logement, l'Agence de développement touristique (ADT) et le Conseil départemental du Loir-et-Cher, a lancé une expérimentation innovante pour proposer des logements accessibles aux saisonniers. « Cela s'est traduit par l'acquisition de quatre mobil-homes reconditionnés : deux dans la commune de Saint-Laurent-Nouan et deux dans la commune de Vallières-les-Grandes (en cours d'installation après quelques travaux préparatoires), explique-t-on au Conseil départemental du Loir-et-Cher. Cette implantation permet de répondre aux besoins du secteur et de ne pas concentrer l'offre sur un seul et même site. Les deux mobil-homes de Saint-Laurent-Nouan ont été loués durant la saison 2025. Ils sont de nouveau occupés en 2026 par des salariés du Relais de Chambord. » Les loyers sont encadrés pour favoriser l'hébergement des travailleurs saisonniers. Le coût de la location ? 300 € mensuels + 50 € de charges pour un mobil-home une chambre et 350 € + 100 € de charges pour un deux chambres.

Des exemples qui montrent bien que les véhicules de loisirs constituent une solution intéressante pour accueillir dans de bonnes conditions des salariés indispensables au bon fonctionnement de certains secteurs économiques. ■

1. Lancé en 2015, le carénage des centrales nucléaires de production d'électricité (CNPE) ambitionne de remettre à niveau les standards de sûreté des réacteurs, pour, à terme, prolonger la durée de vie des centrales.

TROIS QUESTIONS À...

LAURENT JACQUES, maire du Tréport



« Une aire de camping-cars réservée aux salariés du grand chantier EPR de Penly »

Pourquoi avez-vous racheté un camping pour loger le personnel du chantier de l'EPR2, à la centrale nucléaire de Penly ?

La ville n'a pas acheté seulement un camping. Elle a pu acquérir le « Domaine Crèvecœur », une ancienne ferme qui n'était plus en activité de longue date. Il comprenait un logement principal, un logement annexe, des terres et un camping à la ferme qui avait fermé ses portes l'an passé. La ville du Tréport y a vu l'opportunité d'aménager une aire de camping-cars dans une partie de ce domaine. Une parcelle qui accueillait des bungalows a donc été aménagée pour la réalisation de cette nouvelle aire de camping-cars, pour une superficie totale de 5300 m². Elle comprend 55 emplacements de 40 m² chacun.

Il a été décidé de la réserver aux salariés du grand chantier EPR de Penly pour deux raisons. D'une part pour ne pas faire perdre de place aux camping-caristes « classiques » qui fréquentent nos deux autres aires. D'autre part, il s'agissait d'assurer une aire dédiée à des salariés qui ont besoin de se reposer au terme de leur journée de travail. Dans quelques années, lorsqu'il n'y aura plus de besoin de logement pour les salariés de Penly, cette aire sera ouverte au public.

Pourquoi avoir réalisé cette aire ?

Les réunions destinées à préparer le grand chantier nous ont permis de nous assurer que la demande est bien réelle de la part de salariés qui préfèrent l'autonomie de leur camping-car à un logement en hôtel ou autre type de location. Cette aire est située à proximité de la ville, dans un cadre champêtre, à 17 km du centre électronucléaire. Elle a ouvert le 1^{er} juin ; nous nous attendons à un vrai succès.

Comment a-t-elle été financée ?

Le montant de la dépense, c'est-à-dire la partie du terrain concerné et ses aménagements, est de 811 000 €. La Ville a bénéficié d'aides financières qui avoisinent les 80 %, avec la participation d'EDF dans le cadre du grand chantier EPR, une subvention de la Communauté de communes des Villes Sœurs, et enfin une subvention du Département de Seine-Maritime.



Les salariés de l'EPR de Penly peuvent désormais profiter de cette nouvelle aire qui leur est réservée.



SALON DES VÉHICULES DE LOISIRS

WWW.SALONVDL.COM

26 | **04**
SEPT | OCT

PARC DES EXPOSITIONS
PARIS | LE BOURGET

ÉDITION ANNIVERSAIRE DE LA PLUS GRANDE VITRINE DE FRANCE | 60 ANS