

En dix ans, le produit camping a beaucoup changé. Il perd progressivement son image ringarde et bas de gamme pour séduire de nouvelles clientèles plus aisées. En France, le produit pousse ses pions, mais reste peu présent en agences.

Comment saisir l'opportunité ?

L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR

Quelle part de l'hébergement en France?

Avec 10 000 établissements et 100 000 emplacements pour des tentes, caravanes, chalets et mobile homes, le camping est le premier hébergement touristique marchand en France, et se situe à la première place au niveau européen.

Pour quelle clientèle?

Des Français, des étrangers (Néerlandais, Allemands et Britanniques par ordre décroissant) avec leurs enfants. Les clichés ont la peau dure, mais les vacances en camping ne sont pas réservées qu'aux catégories sociales modestes. Il suffit de circuler dans les allées d'un établissement quatre étoiles ou d'observer les voitures des clients sur le parking pour s'en rendre compte. La clientèle nord-européenne du camping est même franchement aisée. Dans ces pays, l'hôtellerie de plein air n'a pas l'image négative qu'elle a encore en France.

A quel prix se vend le camping?

Conséquence de la montée en gamme : les prix flambent. Entre 2000 et 2005, les campings français ont augmenté leurs prix de 7 % par an, soit + 40 % sur la période. En haute saison, la semaine de location pour quatre personnes dans un camping haut de gamme avoisine facilement 1500 euros (hébergement sec + accès aux équipements et animations enfants).

Il faut ajouter le prix du transport (99 % des clients se rendent en camping avec leur propre voiture) et de la restauration (restaurant et vente à emporter sur place), tout en ayant la possibilité de faire ses courses et cuisiner soi-même.

Il s'agit plus d'un mode de vie que d'un produit d'appel, même si en famille le produit reste très compétitif, notamment à partir de deux enfants. L'hébergement offre en effet la souplesse de la location par rapport à l'hôtel (pas besoin de trouver des chambres communicantes ou de loger les enfants dans la chambre des parents) : nombreux sont les mobile homes ou chalets à offrir au moins deux chambres, voire trois.

Quel est le mode de distribution privilégié?

Les établissements les mieux équipés et les mieux situés ont peu besoin des agences de voyages pour se vendre. Les Français viennent tout seuls. En revanche, les étrangers passent souvent par un intermédiaire. Les patrons de campings ne sont donc pas hostiles au versement d'une commission (ils en ont l'habitude), mais uniquement si l'intermédiaire apporte une valeur ajoutée.

Les campings ont besoin de partenaires pour se commercialiser en avant et après-saison. En clair : mai, juin et début juillet puis septembre. Pour commercialiser une partie de leur stock disponible en haute saison, il faut s'engager ferme à l'avance à des tarifs proches des prix publics.

Quels sont les freins pour vendre en agences?

Il y a peu d'opportunité pour un agent de voyages de commercialiser en complément train, avion ou location de voiture. Les dépenses dans les commerces annexes du camping (restaurant, bar, boutique, épicerie ou supérette) ne sont jamais commissionnés par l'établissement.

L'image reste ringarde. Aujourd'hui dépassée, cette image est le principal handicap. Il est encore difficile de convaincre de nombreux Français que le camping n'est pas uniquement peuplé de « franchouillards » portant le bob Ricard sur la tête et qui prennent « l'apéro » à longueur de journée, applaudissant bruyamment les concours de miss camping... Et la profession n'a jamais investi en promotion pour corriger son image. Pour une raison simple: été après été, les clients sont au rendez-vous.

Mais les temps changent. Depuis deux ans, l'image s'améliore, les médias s'y intéressent, la caravane redevient « tendance », les mobile homes séduisent de nouvelles clientèles plus aisées. Certains campings sont même équipés de golf, de centre de remise en forme, thalasso, restaurant gastronomique... Difficulté majeure face aux clients mal informés : seul un séjour en camping peut les faire changer d'avis. C'est presque toujours le cas, mais la première vente sera très difficile ! Seule solution : être convaincu(e) soi-même.

Comment vendre du camping en agence ?

Première démarche : découvrir le produit. A proximité des grandes villes ou dans les régions très touristiques françaises (Côte d'Azur, Languedoc Roussillon, Côte Atlantique), les campings sont prêts à ouvrir leurs portes aux agents de voyages le temps d'un week-end hors saison. Il suffit de se présenter, expliquer sa démarche et l'accueil sera toujours bon. Contacter le siège social des grandes chaînes de camping est également possible.

Vendre le produit en priorité aux familles qui recherchent le contact avec la nature et une animation enfant. L'agence peut ensuite affiner ses critères: accès direct à la mer, parc aquatique, sport spécifique, région touristique particulière, animation enfants... Le plus simple est naturellement de vendre sur catalogue. Pour rassurer le client il est préférable de lui proposer avant l'été de découvrir un beau camping préalablement testé le temps d'un week-end à moins de deux heures de route de son domicile (par exemple comme contre-proposition si son budget week-end pour partir ailleurs en Europe est un peu juste). S'il revient comblé, il faudra lui expliquer que l'expert du camping, c'est vous... et vos conseils seront indispensables pour son prochain séjour cet été.

Jean-Baptiste Tréboul
Rédacteur en chef de *L'Officiel des terrains de camping*

<p>Voyages Loisirs</p>  <p>52 campings proposés uniquement en hébergements locaux (mobile homes ou chalets) haut de gamme. Voyages Loisirs intervient le plus souvent comme distributeur, et prend parfois des engagements à certaines périodes.</p>	<p>Lagrange Vacances</p>  <p>51 campings proposés de 175 à 840 euros la semaine pour 4 personnes en mobile home. Vendu en agence, Lagrange sélectionne les établissements sur la base de sa propre grille qualité, au-delà de la classification par étoiles des campings.</p>	<p>Yellow! Village</p>  <p>35 campings 3* et 4* proposés de 280 à 840 euros/sem. pour 4 personnes en mobile home. Créée en 2000, la chaîne de campings-clubs est particulièrement destinée aux familles et aux clients friands de loisirs, activités et animations.</p>	<p>Sunélia</p>  <p>32 campings 3* et 4* proposés de 238 à 1200 euros la semaine pour 4 personnes en mobile home. Le positionnement est plus orienté vers la nature et l'environnement. Plusieurs établissements présents dans la grande distribution.</p>
<p>Airhotel</p>  <p>56 campings proposés de 220 à 700 euros la semaine pour 4 personnes en mobile home. Etablissements esprit « club de vacances » bien équipés (parcs aquatiques...) pour une clientèle familiale. Point fort : animation enfants.</p>	<p>André Trigano</p>  <p>59 campings 2* à 4* proposés de 220 à 769 €/sem. pour 4 personnes en mobile home, sous les marques Campéoles et les Etapes André Trigano. La moitié des établissements appartenait auparavant à VFF (les Campéoles).</p>	<p>Castels Campings</p>  <p>41 campings 4* proposés de 170 à 1036 €/sem. pour 4 personnes en mobile-home. Cette chaîne « historique » regroupe des campings possédant un patrimoine bâti remarquable (château, manoir...).</p>	<p>Holiday Chèque</p>  <p>Cette entreprise n'est pas une chaîne de campings mais propose un catalogue en France et en Europe hors saison. Les clients achètent des chèques puis payent leur séjour auprès des 108 établissements présents dans le catalogue.</p>

Tableau 1

**RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE* DANS LES DIFFÉRENTS MODES
D'HÉBERGEMENTS PENDANT L'ÉTÉ 2002, SELON L'ÂGE :**

	15-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
Hébergement marchand	40,9	50,5	55,6	51,8	40,7
Hôtel	15,1	19,9	23,3	30,0	24,9
Gîte rural, chambre d'hôte, refuge	4,3	8,9	9,7	8,1	5,1
Hôtellerie de plein air	16,4	14,9	15,6	9,9	4,0
Club ou village de vacances	3,1	4,9	7,8	5,6	6,9
Résidence de tourisme	1,4	3,4	3,8	2,7	2,8
Location	7,0	11,5	12,5	10,8	6,7
Hébergement non marchand	40,6	53,6	43,5	47,5	40,7
Résidence secondaire	5,3	2,1	4,1	12,3	11,8
Parents, amis	38,7	52,7	41,6	41,9	34,4

* Individu de 15 ans et plus s'étant rendu au moins une fois dans ce type d'hébergement

Source : SDT été 2002 - TNSofres/direction du Tourisme

Tableau 2

**RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE* DANS LES DIFFÉRENTS MODES D'HÉBERGEMENT
SELON LA CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE DE L'INDIVIDU, ETÉ 2002**

	Agriculteur	Commerçant Artisan Chef d'entreprise	Cadre supérieur- profession libérale	Profession intermédiaire contremaître	Employé, Services	Ouvrier	Étudiant	Inactif
Hébergement marchand	35,9	47,5	73,1	63,6	48,6	43,1	42	42,9
Hôtel	15,8	24,3	415,6	31,1	19,1	13,3	14,3	24,7
Gîte rural, chambre d'hôte, refuge	7,8	7,1	16,9	11,9	7,5	5,3	4,9	5,6
Hôtellerie de plein air	8,6	10,9	11,1	15,0	14,9	17,8	15,9	6,2
Club ou village de vacances	—	4,9	10,8	8,5	5,5	3,1	3,5	6,4
Résidence de tourisme	0,7	1,9	6,1	4,0	3,4	1,4	1,7	2,8
Location	9,5	7,7	15,0	13,6	11,0	9,0	8,5	8,0
Hébergement non marchand	15	38,6	70	56,9	46,3	34,1	40,7	41,9
Résidence secondaire	1,6	6,0	10,4	6,4	4,2	2,6	6,5	10,8

* Individu de 15 ans et plus s'étant rendu au moins une fois dans ce type d'hébergement

Source : SD T été 2002 - TNSofres/direction du Tourisme

Tableau 3

**RÉPARTITION DES NUITÉES DES SÉJOURS PERSONNELS DANS LES DIFFÉRENTS MODES D'HÉBERGEMENT
SELON L'ENVIRONNEMENT DE SÉJOUR, ÉTÉ 2002**

	Mer	Montagne	Campagne	Lac	Ville
Hôtel	11,00%	17,2%	8,8%	18,4%	18,4%
Gîte rural, chambre d'hôte	2,8%	7,4%	6,7%	7,3%	2,1%
Hôtellerie de plein air	17,3%	11,9%	8,3%	21,5%	5,4%
Location	14,3%	14,5%	5,0%	9,2%	5,3%
Villages de vacances	6,5%	5,5%	2,4%	5,1%	1,5%
Résidence de tourisme	2,9%	3,6%	0,7%	2,1%	2,1%
Résidence secondaire du foyer	16,2%	12,1%	20,2%	9,1%	5,3%
Chez quelqu'un de la famille	20,0%	19,6%	38,5%	17,7%	40,9%
Chez des amis	6,2%	6,1%	7,6%	5,3%	11,3%
Autre	2,8%	2,1%	1,8%	4,3%	8,0%

Source : SDT été 2002 – TNSofres/direction du Tourisme

Tableau 4

PRINCIPALES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR EN 2003

Principaux pays de résidence de la clientèle	2003		2002	Évolution 2003/2002
	Nombre	Poids (%)		
Europe	33 760 594	98,1 %	34 920 595	-3,3 %
Pays-Bas	14 325 673	41,6 %	14 659 237	-2,3 %
Allemagne	5 948 409	17,3 %	6 651 896	-10,6 %
Grande-Bretagne, Irlande	6 633 059	19,3 %	6 397 918	3,7 %
Belgique, Luxembourg	2 960 729	8,5 %	3 045 783	-2,8 %
Italie	1 220 799	3,5 %	1 376 627	-11,3 %
Suisse	1 040 461	3,0 %	1 048 466	-0,8 %
Danemark	643 779	1,9 %	692 544	-7,0 %
Espagne	498 466	1,4 %	509 985	-2,3 %
Autriche, Suède, Norvège, Finlande, Islande	279 959	0,8 %	329 620	-15,1 %
Portugal	71 346	0,2 %	61 623	15,8 %
Grèce	21 894	0,1 %	22 825	-4,1 %
Russie et autres pays d'Europe	116 020	0,3 %	124 071	-6,5 %
Autres pays hors Europe	660 791	1,9 %	718 854	-8,1 %
Total Étranger	34 421 385	100,0 %	35 639 449	-3,4 %

Source : INSEE - Direction du Tourisme

CAMPING QUALITÉ



CHARTRE D'ENGAGEMENT

Chaque gestionnaire, lorsque son camping est reconnu par Camping Qualité, signe un engagement qui lui impose de respecter les quatre points suivants :

Un accueil chaleureux

L'hospitalité, la disponibilité, la prévenance et l'efficacité font l'objet d'une attention particulière de la part du gestionnaire et de toute son équipe.

Ils contribuent ainsi à un séjour serein, agréable et convivial.

Une propreté irréprochable

Durant toute la période d'ouverture, propreté et hygiène sont assurées en tous lieux du camping.

Une information précise et vraie

Le gestionnaire de camping fournit des informations complètes, claires et exactes, sur son établissement : descriptif précis des équipements, périodes et horaires d'ouverture de l'accueil, des différents services, des activités. Les tarifs sont clairement exprimés et strictement appliqués.

Un emplacement privatif soigné

Le gestionnaire du camping prend les mesures nécessaires pour offrir un emplacement privatif et garantir la plus grande tranquillité sur le terrain.

Ce dernier est aménagé avec goût et dans un souci d'esthétique, pour une bonne intégration au site et à l'environnement.

Grâce à une grille de mesure, plus de cinq cents critères permettent de vérifier la qualité du camping avant d'être reconnu par Camping Qualité.

Tous les campings sont contrôlés sur les mêmes bases :

- Processus d'information et de réservation
- Accès, site et environnement
- Accueil à l'arrivée
- Emplacements et aménagements
- Etat des sanitaires
- Propreté des sanitaires
- Propreté générale
- Loisirs de base
- Séjour dans le camping
- Facturation, organisation, gestion

Chaque camping ayant ses spécificités, il est aussi vérifié sur ce qu'il peut vous apporter de plus :

- Epicerie et commerces
- Plats cuisinés
- Bar, restaurant, self-service
- Piscine
- Animations
- Hébergements locatifs
- Caravanage d'hiver
- Services exceptionnels (crèche, cinéma)

Source : site Internet : www.fnhpa.fr

**La Clef Verte,
un label environnemental
pour l'hébergement
touristique**

**Avec la Clef Verte, les vacances s'ouvrent naturellement à
l'environnement**

La Clef Verte est un label de gestion environnementale pour l'hébergement touristique mené par la Fondation pour l'Éducation à l'Environnement depuis 1998. Elle récompense les campings, hôtels, gîtes, pour leur dynamisme en matière d'environnement.

Source : site Internet : www.clefverte.fr

Clef Verte: un positionnement

La Clef Verte est un label attribué aux hébergements touristiques de plein air respectueux de l'environnement par l'Office français de la Fondation pour l'Éducation à l'Environnement en Europe. Depuis 2001, la Clef Verte est partenaire de la FNHPA. La Clef Verte est attribuée sur la base de quatre vingts critères concernant la qualité de vie sur le site, la gestion environnementale, la gestion de l'eau, de l'énergie, des déchets, la sensibilisation à l'environnement, la sécurité.

La Gazette Officielle du Tourisme n°1743 du 28 avril 2004.

**CONTRAT DE COLLABORATION
SAISON ÉTÉ 2006**

<p>Entre</p> <p>Nom : LE DOMAINE DES NAIADES Adresse : St-Pons-Les-Mures Ville : 83 310 - GRIMAUD Pays : FRANCE Téléphone : 0412547896 Télécopie : 0458954781 Internet : <u>www.lesnaiades.com</u> Email : <u>naiades@lesnaiades.com</u></p> <p>Représenté par: monsieur Pierre Ducros Agissant pour: LE DOMAINE DES NAIADES Ci-après dénommé le signataire.</p>	<p>Et:</p> <p>Nom : CÔTÉ FRANCE Adresse : 41, rue des Templiers Ville : 75002 - Paris Téléphone : 0172727272 Télécopie : 0123252624 Internet : <u>www.CÔTÉ-france.fr/</u> E-mail : <u>dureau@CÔTÉ-france.fr/</u></p> <p>Représenté par monsieur Jacques DUREAU Agissant pour : CÔTÉ FRANCE Ci-après dénommé : CÔTÉ FRANCE D'autre part</p>
---	---

Il a été arrêté ce qui suit

CÔTÉ FRANCE en sa qualité d'organisateur de voyages est titulaire de la licence 075 00 25698. Sa garantie financière est accordée par l'APS. Sa responsabilité civile par le groupe La Concorde, par contrat n° 5895 1254 45555.

CÔTÉ FRANCE commercialise des produits dans le cadre de la loi du 13 juillet 92 et les décrets d'application (notamment l'arrêté du 15 juin 1994), au travers d'intermédiaires.

Le présent contrat de collaboration a pour objet de définir les rapports entre CÔTÉ FRANCE et le signataire.

Article 1 :

Le présent accord a pour objet la commercialisation, par **CÔTÉ FRANCE**, des produits du signataire définis ci-après

- Camping le Domaine des Naiades à Grimaud

Article II : **Durée du contrat**

Le présent contrat est établi pour la saison été 2006.
 Il sera renouvelé après accord des deux parties à la fin de chaque saison.

Article 111 : **Contingent**

Le signataire mettra à la disposition de **CÔTÉ FRANCE** un contingent d'unités permettant de répondre à la commercialisation effectuée. Ce contingent sera défini et établi d'un commun accord entre **CÔTÉ FRANCE** et le signataire avant chaque saison.

Pour la période concernée, le contingent est fixé comme suit :

Camping le Domaine des Naiades à Grimaud

- cinq mobile-homes de quatre à six personnes

Article IV : **Délai de rétrocession**

Un point des réservations avec révision des contingents et réallotement sera effectué le 06/03/06, en concertation avec le signataire et **CÔTÉ FRANCE**. Compte tenu de la spécificité du marché français, où les réservations sont de plus en plus tardives, il est entendu qu'aucun arrêt des ventes ne pourra être effectué par le signataire avant le 06 mars 2006.

Article V : **Durée des séjours**

Les réservations sont faites pour sept nuits et plus, arrivées et départs tous les samedis.

Article VI : Prix

Les prix publics, TTC en Euros, des produits commercialisés par **CÔTÉ FRANCE**, objet du présent contrat, sont joints en annexe. En cas de modification à la baisse ou d'offres spéciales, le signataire s'engage à informer **CÔTÉ FRANCE**, afin que ce dernier puisse répercuter ces nouveaux tarifs auprès de ses différents intermédiaires.

Il est entendu que, selon le principe d'égalité, **CÔTÉ FRANCE** bénéficiera des promotions accordées aux différents clients du signataire. Ces promotions pourront être proposées sur le site Internet de **CÔTÉ FRANCE** : [www. CÔTÉ-france.fr](http://www.CÔTÉ-france.fr)

Article VII : Remise

Le signataire rétrocédera à **CÔTÉ FRANCE** une commission TTC sur les prix publics hébergement TTC de : 15 %. **CÔTÉ FRANCE** établira, à l'attention du signataire, une facture de commission faisant ressortir le montant de la TVA sur la commission

Article VIII : Réservations

Le signataire sera informé de toutes les réservations effectuées par **CÔTÉ FRANCE**, par l'envoi de bons d'échange et/ou de « rooming-list », par télécopie.

Ce document comportera les précisions suivantes le nom du ou des clients, le nom du produit (résidence, hôtel ... le type d'hébergement réservé, les dates de séjour.

Article IX : Conditions d'annulation

Les conditions d'annulation sont fixées comme suit, sur les prix hébergement première semaine uniquement

- | | |
|--|--------------------------------|
| • de 30 jours à 15 jours avant l'arrivée | 25% du montant net du séjour. |
| • de 14 jours à 08 jours avant l'arrivée | 50% du montant net du séjour. |
| • de 07 jours à 01 jour avant l'arrivée | 75% du montant net du séjour. |
| • non présentation le jour d'arrivée : | 100% du montant net du séjour. |

Article X : Conditions de règlement

Les factures seront réglées au signataire, par chèque bancaire dans un délai maximum de trente jours à compter de leur réception par **CÔTÉ FRANCE**. Elles devront être accompagnées des bons d'échange émis par **CÔTÉ FRANCE** ou ses intermédiaires.

Article XI : Après-vente

CÔTÉ FRANCE vérifiera le bien fondé de toute réclamation éventuelle transmise par ses clients. Afin d'assurer le meilleur service vis-à-vis de **CÔTÉ FRANCE**, le signataire s'engage à apporter à **CÔTÉ FRANCE** une réponse dans un délai maximum de vingt jours.

Faute de réponse du signataire, **CÔTÉ FRANCE** se réserve le droit de fixer lui-même le dédommagement. Le signataire en sera alors informé et la demande d'avoir lui sera adressée et déduite de ses factures.

Article XII : Juridiction

Les parties font éléction de domicile à leur siège social. Le droit français est seul applicable et la juridiction sera celle du ressort du siège social de **CÔTÉ FRANCE**.

Fait en deux exemplaires à Paris, et signé le

Pour **CÔTÉ FRANCE**
Monsieur Jacques DUREAU

Pour **LE DOMAINE DES NAÏADES**
Monsieur Pierre DUCROS

Estimation des ventes

Afin de calculer le chiffre d'affaires effectué sur le produit « Les Naïades » M. Dureau vous fournit un tableau sur lequel vous trouverez le prix par semaine et les prévisions des ventes en ce qui concerne le nombre de semaines de locations au domaine des Naïades pour chaque période.

Prix par mobile-home

Période	Prix par semaine	Prévision du nombre de mobile-homes loués sur la période
Du 26/02 au 18/04	345	11
Du 18/06 au 09/07	630	12
Du 09/07 au 20/08	900	28
Du 20/08 au 03/09	630	7
Du 03/09 au 10/09	480	3
Du 10/09 au 29/09	300	2

Extrait de la balance des comptes clients et fournisseurs au 1^{er} février

Compte 401 Fournisseurs	Solde Débit	Solde Crédeur
Résidence les chalets du Galibier		15 150 €
Résidence « Le Vernon »		12 080 €
Résidence « Le Mail Plage »		750 €
Résidence « La Saboya »	450 €	
Résidence « Le hameau de la Forêt »		1 780 €
Compte 411 Clients	Débit	Crédit
Casino Voyages	5 500 €	
Vacances et Loisirs de Paris	7 980 €	
C.E. Peugeot Paris	4 800 €	
C.E. Sanofi		1 256 €
C.E. Total	3 890 €	

Évolution du chiffre d'affaires de la société.

Afin d'être en mesure de travailler sur les perspectives d'évolution des locations des hébergements de plein air, M DUREAU vous confie le tableau suivant :

Evolution du CA de la société et de la part des locations de l'hébergement de plein air

Année	2000	2001	2002	2003	2004	2005
LE Volume d'affaires Hébergement de plein air	0.205	0.402	0.520	0.785	0.980	1.050
EN MILLIONS D'EUROS						

Formule de l'ajustement linéaire par la méthode des moindres carrés :

Droite d'ajustement linéaire est : $y = ax + b$

$$a = \frac{\sum x_i y_i - n \bar{x} \bar{y}}{\sum x_i^2 - n \bar{x}^2} \quad b = \bar{y} - a \bar{x}$$

ou

$$a = \frac{\sum X_i \cdot Y_i}{\sum X_i^2} \quad b = \bar{y} - a \bar{x}$$

(À rendre avec la copie)

ANNEXE 13

Tableau des moindres carrés

années	x_i	y_i	X_i	Y_i	$X_i * Y_i$	X_i^2
			$(x_i - \text{moy.}x)$	$(y_i - \text{moy.}y)$		
2000						
2001						
2002						
2003						
2004						
2005						
Somme						
Moyenne						