

BOITE A OUTILS DES CAMPINGS DE WALLONIE

« Mise à disposition pour les opérateurs gestionnaires de camping en Wallonie des trois outils de benchmarks stratégiques type business plan ainsi que d'une modélisation de retours sur investissement possible en fonction de différents modèles d'hébergements »



ETAPE 1 :

- * Analyse du contexte Wallon et des tendances du marché.
- * Définition des critères de choix des campings qui feront l'objet du benchmark

Mise à jour – NOVEMBRE 2018 -

SOMMAIRE

1- Le contexte	P 3
2- Les objectifs et enjeux de la mission	P 4
3- Les campings Wallons	P 5
4- Les tendances du marché de l'hôtellerie de Plein Air en Europe	P 13
4- France	P 14
5- Allemagne	P 18
6- Pays Bas	P 21
7- Flandre	P 23
8- L'Europe	P 27

Benchmark : choix des campings à analyser

9- Grille de critères	P 33
9- Analyse des campings	P 34
10- Préconisations sur le choix des campings qui feront l'objet d'un benchmark	p 38

Annexes

1- Liste des campings autorisés / catégorie	P 41
2- Comptes rendus de visites	P 42
2- Stratégies d'entreprises de campings	P 48
3- Les hébergements en camping	P 62

1. CONTEXTE



LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL
ET LA WALLONIE INVESTISSENT DANS VOTRE AVENIR

Le tourisme représente une part importante de l'économie de la région Wallonie. Les principales sources d'attractivité des clientèles étant les villes et villages, la nature et le sens de l'accueil (dont la gastronomie). Les principales activités touristiques se concentrent sur les activités de pleine nature (promenades, randonnées), les visites culturelles (nombreux musées) et quelques attractions phares (Walibi, Waterloo, etc.).

L'hébergement marchand se compose d'environ 4.900 structures (plus de 120.000 lits), tout type d'hébergement confondu. Les campings détenant à eux seuls environ 46 000 lits (224 campings). La plupart des campings Wallons offrent une majorité d'emplacements dévolus à l'accueil de tourisme résidentiel. La culture du camping « locatif » ou « de passage » n'étant pas développée.

Les campings Wallons n'ont pas suivi les tendances du marché et sont aujourd'hui vieillissants. Il n'y a pas de campings affiliés ou propriété d'une chaîne et peu d'établissements ayant adhéré à un label qualitatif et/ou environnemental (1 seul labélisé clef verte).

D'autre part, la réglementation concernant les « zones d'aléa élevé d'inondation » (art 250 du code Wallon du Tourisme) concerne environ 30 % des campings. La mise en application de cet article va avoir pour effet la suppression d'environ 1.410 emplacements « résidentiels » Wallons.

Le Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie (CITW+) doit aujourd'hui apporter des solutions aux campings Wallons afin de les aider à pérenniser leur activité. Le CITW+ a été mandaté pour mettre en place une boîte à outils à l'usage des exploitants de camping afin d'identifier des solutions opérationnelles pour une requalification du business model « résidentiel ».

2. OBJECTIFS ET ENJEUX



La région Wallonie doit accompagner le développement de la filière camping. Cette évolution devant permettre un accroissement de la clientèle de passage et par effet collatéral un développement global du tourisme régional.

La transition des campings d'une clientèle résidentielle à un tourisme de passage est un objectif majeur afin de pérenniser la filière camping en Wallonie. Cette action doit proposer des outils permettant d'accompagner les exploitants de campings, notamment ceux impactés par la loi sur les zones inondables. La mission veillera à :

- Établir un benchmark et un business plan pour les différents types de camping,
- Identifier des solutions opérationnelles afin de développer le tourisme de passage,
- Proposer un/des business model de transition « résidentiel/passage » en accord avec le marché Wallon,
- Apporter des réponses opérationnelles aux exploitants de camping en termes d'hébergements, d'équipements, de services et d'activités,
- Mettre en place un outil de calcul de retour sur investissement en matière d'acquisition d'hébergement locatif (de différents modèles).

3. LES CAMPINGS WALLONS

3. LES CAMPINGS WALLONS

REFERENCES

- (1) Par terrains de camping non-autorisés, on entend aussi bien les terrains de camping en infraction depuis des années et considérés comme perdus pour le secteur touristique (une petite minorité) que les terrains de camping qui ne sont plus en ordre d'ASI et qui sont en cours de renouvellement d'autorisation (une grosse majorité).
- (2) Source : rapport d'activités analytique 2017 – et « La Wallonie Touristique en Chiffres »
- (3) Source CGT / DG STAT – nombre de lits touristiques = nombre emplacements de passage * 3 personnes
- (4) Annexe 1 – liste des campings autorisés par catégories – source CGT – CITW+
- (5) constatations lors des visites (19 campings), de rencontre avec les exploitants et de la consultations des documents promotionnels (guides et sites web).
- (6) Sites internet des labels
- (7) Portail campingbelgique.be

L'OFFRE DE CAMPING EN WALLONE

La Wallonie propose au 31/12/2017 une offre de **224 campings (dont 137 autorisés)** hors caravanage (29 autorisés et 13 non autorisés). **La baisse du nombre d'établissements apparait régulière depuis le début des années 2010 (309 campings en 2011)** ⁽¹⁾⁽²⁾.

Au 31/12/2017, l'ensemble des campings répertoriés (224) totalisent **46.020 lits touristiques**⁽²⁾. Soit environ 15 340 emplacements dédiés au tourisme de passage. **Le nombre moyen de lits touristiques est plus important dans les catégories de classement supérieures** ⁽⁴⁾.

L'offre est cependant fortement orientée vers **les clientèles « résidentielles »** et très peu vers le tourisme de passage. **Les hébergements locatifs sont rares et les emplacements de passage réduits au strict pourcentage réglementaire**⁽⁵⁾.

L'offre autorisée est globalement d'un niveau de gamme assez bas, plus de **70 % des campings sont classés 1* et 2*** (71,5 %) et environ 22 % classés 3* (22,6 %). Il existe seulement 7 campings 4* (5,1 %) et aucun en 5*⁽⁴⁾. Il apparait cependant ⁽⁵⁾ que certains établissements, classés 1* ou 2* proposent des caractéristiques et des équipements dignes des catégories supérieures. **Les campings les mieux classés sont majoritairement orientés vers le tourisme de passage** ⁽⁴⁾⁽⁵⁾. Ainsi, 34 % des campings autorisés classés 1* et 2* proposent plus de 200 lits touristiques contre 70 % pour les catégories 3* et 4* (CGT).

Bien que nous ne disposions pas de statistiques sur l'équipement des campings Wallons, il apparait que ceux-ci sont souvent pourvus d'un espace restauration (bar, restaurant friterie). Sur 104 campings⁽⁷⁾ référencés, 75 disposent d'un bar, 56 d'un service « petite restauration » et 32 d'un restaurant. Les blocs sanitaires ont souvent été rénovés récemment ⁽⁵⁾. Nous remarquons cependant un déficit d'équipements de loisirs, pourtant appréciés par les clientèles touristiques (piscine, aires de jeux récente, Wifi 100 %, ...) ⁽⁵⁾. Ainsi seulement 28 campings sur 104 disposent d'un espace de baignade (piscine) ⁽⁷⁾.

La gestion des campings est essentiellement privée. 21 campings communaux ont été répertoriés (CGT – CITW+), la plupart étant gérés par un exploitant privé.

3. LES CAMPINGS WALLONS

L'OFFRE DE CAMPING EN WALLONE

Les labels de qualité et environnementaux sont peu représentés dans les campings Wallon ⁽¹⁾ :

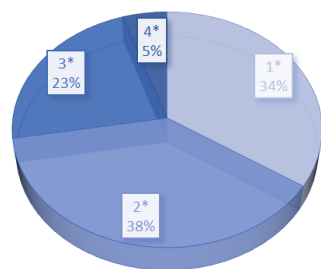
- 3 campings sont labélisés « Wallonie Destination Qualité »,
- 2 campings labélisés « Bienvenue Vélo »,
- 1 camping labélisé « La Clé verte »,
- 6 campings labélisés « hébergement pêche ».

REFERENCES

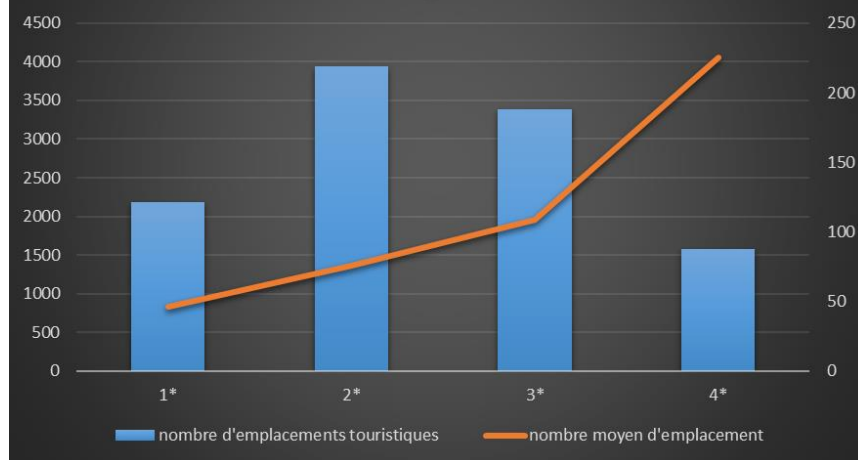
- (1) Sites internet des labels
(2) constatations lors des visites (19 campings), de rencontre avec les exploitants et de la consultations des documents promotionnels (guides et sites web).

Les groupes (chaines volontaire ou groupes intégrés) sont peu présents sur le territoire (7 campings, soit 5 % des campings autorisés) ⁽²⁾. Le groupe « BestCamp » propose 3 établissements dans la province du Luxembourg, le groupe Français « CAPFUN » a acquis cette année un camping, la chaîne volontaire « Leading campings » propose un établissement, le groupe Belge Floréal dispose d'une offre de 3 campings sur le territoire.

POURCENTAGE DE CAMPINGS PAR CATEGORIES



Répartition du nombre d'emplacements touristiques de camping autorisés par catégories



3. LES CAMPINGS WALLONS

LES PERFORMANCES DES CAMPINGS WALLONS

Avec plus de **1,5 millions de nuitées (2017)** – 950560 nuitées dans les campings autorisés et 603640 estimées dans les campings non autorisés ⁽¹⁾, les campings wallons accueillent environ **13,6 % des nuitées touristiques** en Wallonie ⁽³⁾.

REFERENCES

- (1) La Wallonie Touristique en Chiffres – Données 2017
- (2) constatations lors des visites (19 campings), de rencontre avec les exploitants et de la consultations des documents promotionnels (guides et sites web).

Les clientèles sont pour **38,5 % locales** (Belges). Les clientèles **étrangères sont représentées pour près de la moitié par les Néerlandais (48,3 %)** ⁽¹⁾. Pour une grande majorité d'entre elles, le motif du voyage est touristique, il est estimé à 1% de fréquentation pour le tourisme d'affaires dans les campings Wallons ⁽¹⁾.

Les clientèles sont **majoritairement résidentielles** (location d'une parcelle à l'année) et **saisonniers** (location d'une parcelle à la saison). Les clientèles de passages (caravanes, tentes, motor-homes) ne sont présentes dans les campings wallons que pour des courts séjours, clientèles souvent en transit du nord de l'Europe vers le sud ⁽²⁾.

D'après une étude CVO (Continu Vakantie Onderzoek), les clientèles néerlandaises (1^{er} marché étranger pour les campings Wallons) choisissent comme mode d'hébergement en camping :

- Tente, bungalow : 40,1 %
- Caravane : 35 %
- Mobil home : 9,6 %
- Hébergement randonneur (trekkershut) : 8,5 %
- Camping car : 4,4 %

Le prix moyen d'un emplacement de camping est **estimé entre 13 et 15 € la nuitée** ⁽²⁾. Les prix des hébergements locatifs (type mobil home pour 4 personnes) sont situés dans une fourchette entre **300 € et 400 € la semaine en haute saison** ⁽²⁾.

3. LES CAMPINGS WALLONS

REFERENCES

- (1) Source : La Wallonie Touristique en chiffres – données 2017
- (2) Source : rapport d'activités analytique 2017 – Wallonie Tourisme – CGT

L'OFFRE EN HEBERGEMENTS TOURISTIQUES EN WALLONIE

Le total des hébergements touristiques marchands reconnus par le CGT est au nombre de 3355 pour 75 481 lits. Les hébergements non reconnus sont au nombre 1 539 pour 45 867 lits ⁽¹⁾.

L'offre des campings (nombre de lits touristiques) représente **1/3 de la capacité totale d'hébergement** de la région Wallonne ⁽¹⁾. Les campings à la ferme sont comptabilisés au nombre de 8 en 2017 (dont 1 autorisé) ⁽¹⁾. Les Terrains de caravanage sont comptabilisés au nombre de 23 (dont 22 autorisés) ⁽²⁾.

On dénombre 482 hôtels (autorisés ou non) pour une capacité totale de 24 272 lits (soit plus de **20 % de la capacité**), la tendance est à l'augmentation du nombre d'établissements. Sur les 232 hôtels autorisés, **la grande majorité est classé moyenne gamme** (3*) avec 131 établissements (56,4 %). Les catégories supérieures 4* (15 %) et 5* (4,3 %) sont peu représentées ⁽¹⁾.

On dénombre 4120 Hébergements de terroir et Meublés de vacances (autorisés et non autorisés) pour 35 187 lits, tendance à la hausse. Les 2944 hébergements de terroir et meublés de vacances autorisés sont en **grande majorité dans une gamme moyenne basse** avec 1734 établissements 3 clés/épis (58,9%), et 844 établissements 2 clés/épis (28,7 %). Les catégories haut de gammes étant peu représentées, 228 établissements 4 clés/épis (7,7%) et seulement 6 établissements 5 épis ⁽¹⁾.

On dénombre 22 villages vacances (autorisés ou non) pour 10 345 lits ⁽¹⁾, leur nombre étant stable depuis plusieurs années.

L'offre se concentre en priorité sur les provinces du Luxembourg (34,9 % des hébergements touristiques reconnus), Liège (25,9%) et Namur (21,9%) ⁽¹⁾.

3. LES CAMPINGS WALLONS

REFERENCES

- (1) Source : La Wallonie Touristique en Chiffres – données 2017
- (2) Source : rapport d'activités analytique 2017 – Wallonie Tourisme – CGT
- (3) Source : Mobilite.wallonie.be
- (4) Source : IWEPS.be
- (5) Source : Routes.wallonie.be

L'ATTRACTIVITE TOURISTIQUE DE LA REGION WALLONE

La déclaration politique régionale 2014-2009 entend faire de la Wallonie **une destination touristique d'excellence**.

Le territoire ne manque pas d'attractivité :

- **154 attractions touristiques autorisées sur un total de 313** : musées parcs d'attractions, centres récréatifs, espaces naturels et parcs « nature & aventure ». L'offre est plus présente dans les provinces du Hainaut, Namur et Liège ⁽¹⁾.
- **46 Itinéraires balisés reconnus** (pédestre et vélo/VTT) en 2017 ⁽²⁾. Le développement du vélo tourisme est important avec le label Bienvenue Vélo (608 labellisés), et des itinéraires nombreux (RAVeL, Eurovelo, La Meuse à vélo »).
- Le développement et valorisation des **massifs forestiers ardennais**
- La détermination de **plus beaux villages de Wallonie** (30 villages labellisés)
- **609 guides touristiques** sont référencés sur le territoire ⁽²⁾
- Des **opérations évènementielles** sont développées à l'image de « la nuit romantique des plus beaux villages de Wallonie », « la découverte des parcs et jardins de Wallonie », « Wallonie en fleurs »...

Les démarches mises en œuvre et les ressources permettent le **développement de l'attractivité touristique** ⁽²⁾ :

- Le **label « Wallonie destination qualité »** : depuis 2012, le CGT a mis en œuvre cette démarche permettant aux opérateurs d'améliorer la qualité de service offerts aux touristes. 302 entreprises sont labellisées à ce jour.
- Le WBT et les fédérations touristiques provinciales aidés des MDT, SI et OT accompagne le développement de la fréquentation touristique par **la promotion et notamment via la plateforme web** de présentation de l'offre touristique (Wallonia tourism), l'OT virtuel...
- L'appellation protégée « Attraction touristique » avec une classification (soleils) permet de développer l'excellence et le professionnalisme de ces infrastructures.

La desserte du territoire est idéale :

- **Situé au centre de l'Europe**, la région est un carrefour des itinéraires est/ouest et nord/sud
- Le **réseau routier est très dense** et les autoroutes (874 km) sont reprises dans le réseau TransEuropéen ⁽⁵⁾.
- Le **réseau ferroviaire est développé** et le plan de transport 2017 vise à optimiser et maximiser l'offre ⁽³⁾
- Le **transport aérien se développe régulièrement** depuis les années 2000 (en nombre de passagers, près de 8 millions en 2017) et les infrastructures sont importantes (aéroports Liège Airport et Brussels South/Charleroi) ⁽⁴⁾

3. LES CAMPINGS WALLONS

REFERENCES

- (1) Source : La Wallonie Touristique en Chiffres – données 2017
- (2) Source : Enquête biennale sur les vacances – WES – avril 2016 – mars 2017
- (3) Source : Enquête vacances annuelles – Continu Vakantie Onderzoek – NBTC-NIPO – 2017

LES PERFORMANCES TOURISTIQUES DE LA REGION WALLONE

Pour les hébergements reconnus, la Wallonie a connu en 2017 3 393 160 arrivées pour 7 830 796 nuitées, soit une durée moyenne de séjour 2,3 nuits⁽¹⁾. Ces chiffres montrent une progression de +2,8 % en arrivées et + 1 % en nuitées. Le nombre global de nuitées (reconnu et non reconnu) s'établit à 11 422 634 (progression de 2,5 %) ⁽¹⁾.

Les hôtels (reconnus et non reconnus) ont accueilli 6 438 955 nuitées (soit 56,4 % des nuitées de la région Wallonne) pour une répartition 66 % loisirs et 34 % affaires. Les hébergements de terroir ont accueillis 2 836 822 nuitées (soit 24,8 %). Les villages de vacances 2 839 648 nuitées (24,9 %). Tous les hébergements sont en légère progression ⁽¹⁾.

La fréquentation des hébergements reconnus se concentre sur les provinces du Luxembourg (30,9 %) et de Liège (30,8 %). Les principaux bassins émetteurs sont locaux (60,3 % belges), Néerlandais (14,4 %), Français (8,8 %), Allemands (4,2 %) et Anglais (2,7 %), les autres pays représentant 9,6 % ⁽¹⁾.

Les Belges francophones et néerlandophones placent la Wallonie au 4^{ème} rang des destinations les plus prisées pour les longues vacances et au 3^{ème} rang pour les vacances courtes ⁽²⁾.

Pour les clientèles Néerlandaises, 7,5 % de leurs séjours à l'étranger sont effectués en Belgique (dont 38 % en Wallonie). La durée moyenne de séjour des clientèles néerlandaises est de 4,6 nuits en Belgique ⁽³⁾.

Il y a eu en 2017 près de 12 millions de visiteurs dans les attractions touristiques. Plus de 75 % des visiteurs dans ces attractions sont locaux (Belgique). Les Français (10,5 %) et les Néerlandais (6,6 %) complètent le trio de tête ⁽³⁾.

Les activités pratiquées sont :

- Les promenades pédestres ou à vélo (20,5 %)
- Les visites des villes et villages (14,5 %)
- Le shopping (13 %)
- Les sorties culturelles (11,7 %)
- La découverte de la gastronomie et du terroir (10,1 %)
- La visite des sites naturels (5,6 %)
- Les parcs d'attraction et de la loisirs (3,5 %)
- Le tourisme événementiel (3,3 %)
- Les loisirs sportifs (2,8 %)

TENDANCES ATOUTS ET DIFFICULTES DES CAMPINGS WALLONS

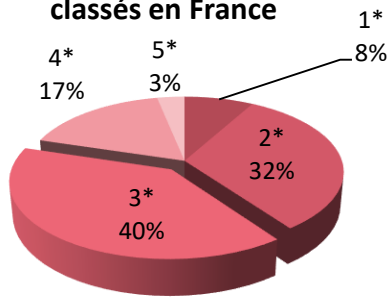
FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Une situation géographique au centre de l'Europe • Une attractivité touristique de la région Wallonne réelle • Des activités diversifiées (randonnées, promenades, loisirs sportifs, réseau cyclable, sites naturels, patrimoine, gastronomie et terroir...) • Une fréquentation des clientèles étrangères importante • De nombreux campings disposent d'une activité annexe (restauration le plus souvent) qui participe à la rentabilité de l'exploitation • Les campings sont de bonne dimension permettant d'optimiser le développement 	<ul style="list-style-type: none"> • Durée de séjour moyen faible (+ de 50% des clientèles de passage sur le territoire restent seulement 1 journée/nuit) • Accessibilité, pas ou peu de transports en commun à proximité des campings • Des équipements ne répondant plus aux attentes des clientèles de passage (sanitaires payants à jeton, pas de baignade, peu de Wifi...) • Les hébergements (essentiellement résidentiel) sont obsolètes • Manque de professionnalisme dans la gestion des campings : <ul style="list-style-type: none"> - Une qualité d'accueil disparate : certains exclusivement néerlandophones, d'autres exclusivement francophones, accueil peu professionnalisé, modes de paiements limités, horaires d'ouverture de la réception réduits, etc. - Pas de réel développement commercial (distribution, partenariats...), les exploitants manquent de dynamisme, systèmes de réservation en ligne inexistantes - Difficultés d'embauche : coût de la masse salariale, qualification des employés, etc... • Difficulté de rentabilité des exploitations actuelles,
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Un regain d'intérêt des clientèles pour des séjours touristiques plus « verts » et le camping traditionnel • La plupart des campings sont situés dans des sites naturels remarquables, nombreux campings à proximité de cours d'eau • Arrivée d'une nouvelle génération d'exploitant motivée, beaucoup d'exploitants de l'ancienne génération cherchent à céder leur camping • Développement de l'accueil des « Camping Car » • Développement de l'offre locative (demande des clientèles existantes) • Pour certains campings: élargissement de la saison sur l'hiver (ski de fond, randonnées raquettes...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence accrue des pays limitrophe • La perception météorologique du territoire (mauvais temps permanent) • Peu de « locomotives » touristiques • Réglementation : zones d'aléa inondation, installations autorisées, flou dans la classification,... • Nécessité d'une transition de l'activité des campings, le marché résidentiel est en régression • Difficultés d'investissement des exploitations actuelles dues aux gros investissements structurels réalisés récemment : réseaux, réfection sanitaires... • Des anciennes clientèles résidentielles difficiles à gérer (mauvais paiement, comportement...)

4. LES TENDANCES DE L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR EN EUROPE

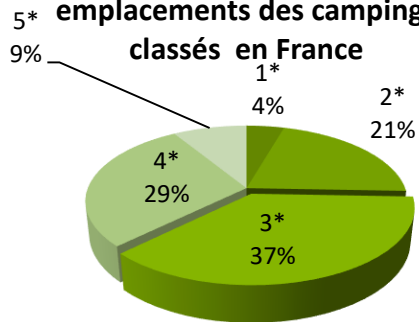


4. L'OFFRE DE CAMPING EN FRANCE

Répartition des campings classés en France



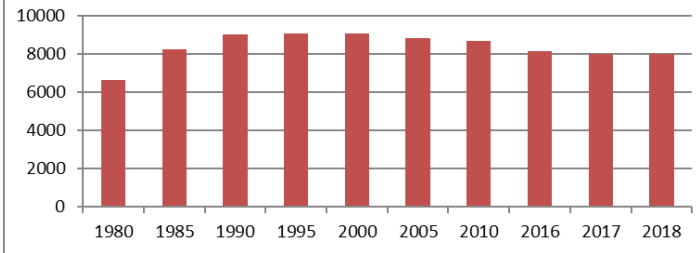
Répartition des emplacements des campings classés en France



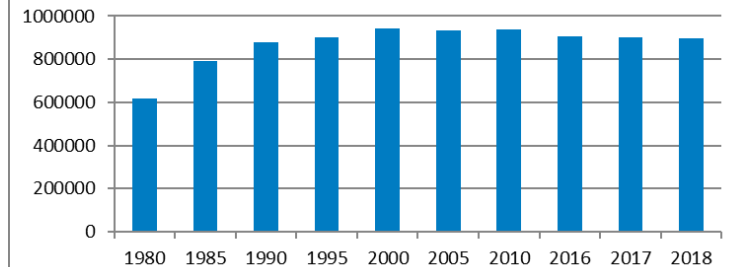
- ✓ 8.023 campings en France
- ✓ 896.174 emplacements
- ✓ 1^{er} parc Européen
- ✓ 2^{ème} parc mondial (USA 1^{er})
- ✓ 50 % des lits marchands
- ✓ Catégorie « reine » : 3*
- ✓ 87 % d'indépendants

- ✓ Baisse de l'offre depuis 2000
- ✓ Augmentation du nombre moyen d'emplacement
- ✓ Amélioration qualitative
- ✓ Nouvelle force des chaînes volontaires et groupes intégrés

Evolution du nombre de campings en France



Evolution du nombre d'emplacements de camping en France





4. L'OFFRE DE CAMPING EN FRANCE

L'hôtellerie de plein air française est la plus dynamique d'Europe. En 2018, les campings français représentent **le 1^{er} parc Européen et le 2^{ème} mondial**. Malgré une **légère diminution** depuis quelques années du nombre d'établissements et du nombre d'emplacements, l'HPA représente toujours **50 % des lits marchands en France**. Nous recensons ainsi :

- 8.023 camping ,
- 896.174 emplacements,

Les campings français sont en majorité de **petite et moyenne taille**. Ainsi près de 90 % des établissements comportent moins de 200 emplacements. La superficie moyenne des terrains est de **2.2 Ha**.

Les campings français sont en majorité de **gamme moyenne**. 30 % d'entre eux sont classés 3* et 24 % sont classés en 2*. Cependant, **les établissements de gammes supérieures sont de taille plus importante**. Ainsi la catégorie 4* représente 15 % des campings, mais 27 % des emplacements.

Les campings français sont au fil du temps **de mieux en mieux équipés**. Ainsi, la piscine, équipement devenu incontournable, est présente dans 47 % des établissements. 40 % d'entre eux possèdent des hébergements locatifs, 55 % ont une couverture WI-FI, 49 % disposent d'un bar, 41.5 % d'une épicerie et 40 % d'un service de restauration.

La gestion des hôtelleries de plein air **se professionnalise**. Ainsi, en 1990, 54 % des campings étaient gérés par des privés, ce taux étant passé à 73 % en 2017. Les autres campings sont gérés par les communes (23 %) et des associations (4%).

La profession se structure de plus en plus vite. Sur un peu plus d'une trentaine de chaînes et groupes recensés, plus de 20 ont moins de 20 ans. Les chaînes et groupes se développent et ont dépassé en 2016 les 1 000 campings (1075 en 2017). Parmi eux, 509 établissements adhèrent à une chaîne (chaîne volontaire) et 568 appartiennent à des groupes (chaînes intégrées). Ils représentent **13 % des campings français** et 27 % des emplacements. Mais surtout **50 % du CA global** de la profession.

Les labels et certifications sont fortement représentés dans les campings français. Ainsi en 2016, 882 campings (+ de 10 % de l'offre) sont labélisés « Qualité tourisme », 667 sont labélisés « La Clef Verte », 74 « Ecolabel Européen » ou encore 200 labélisés « Tourisme et Handicap ».

La distribution de l'offre passe aujourd'hui par la mise en œuvre de moyens de commercialisation développés avec des partenaires commerciaux Tours Opérateurs et OTA spécialisés et avec un positionnement marketing bien défini.

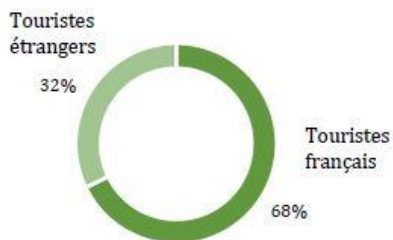


4. LES PERFORMANCES DE L'HPA FRANCAISE

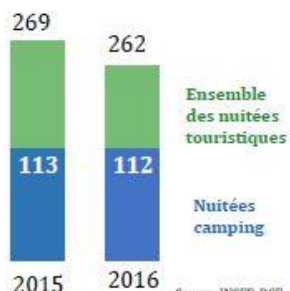
- ✓ 123 millions de nuitées
- ✓ 45 % des nuitées touristiques vendues en France
- ✓ 2,5 milliards d'€ de CA
- ✓ + de 7 % du PIB de la France

- ✓ Stabilité dans un marché en baisse
- ✓ Groupes 50 % du CA
- ✓ En 2016 - Baisse des bénéfices – 7 %
- ✓ En 2016 - Baisse des investissements – 20 %

Répartition des nuitées 2016



Évolution des nuitées (2016, en million)



Source: INSEE, DGE

Durée moyenne de séjour par type d'établissement (en nuitées)



5,2

dans l'hôtellerie de plein-air

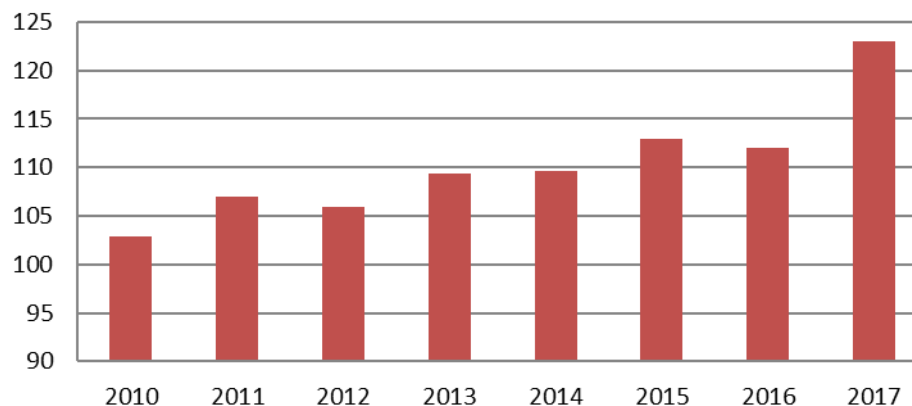


2,6

dans l'ensemble des hébergements touristiques

Source: DGE

Fréquentation des campings (en millions de nuitées)





4. LES PERFORMANCES DE L'HPA FRANCAISE

Avec 123 millions de nuitées en 2017, la fréquentation augmente par rapport à l'année précédente. L'hôtellerie de plein air française affiche **un dynamisme sans comparaison** par rapport à l'hôtellerie traditionnelle. La fréquentation augmente presque constamment depuis 2010 (+9,7 %).

L'industrie du camping a généré un chiffre d'affaires de 2,7 Milliards d'euros en 2017 et confirmé l'engouement des touristes pour ce type d'hébergement.

Mode de vacances favori des Français, ceux-ci ont passé environ 80 millions de nuitées dans les campings en 2017. **La clientèle étrangère est fidèle** (36 millions de nuitées en 2016). La clientèle étrangère vient toujours **majoritairement d'Europe du nord**.

L'hébergement locatif, toujours en augmentation, a représenté **près de la moitié des nuitées** (49 %).

Le **taux d'occupation moyen** s'établit pour la saison 2017 à **26,5 %**. Cependant, la fréquentation des catégories 4* et 5* a évolué plus que la moyenne. Nous pouvons observer que **plus le classement est élevé, plus le taux d'occupation est important**.

Les prix moyens sont de 147 € pour une semaine de camping (21 €/ nuit) et 717 € pour une semaine en locatif (soit 102 €/nuit). Ceux-ci évoluent très peu, les professionnels préférant maintenir le bon rapport qualité/prix de l'hôtellerie de plein air. La **durée moyenne de séjour** s'établit aujourd'hui à **5.2 jours**.

La clientèle majoritaire en hôtellerie de plein air est composée de campeurs qui ont **entre 18 et 49 ans (74 %)**, sont en **couples avec ou sans enfants (71 %)**, proviennent de **villes moyennes ou de grandes agglomérations (56 %)** et sont de catégorie socioprofessionnelle **plutôt modeste (40 %)**.



5. L'OFFRE DE CAMPING EN ALLEMAGNE

- ✓ 2919 campings en Allemagne
- ✓ 219 794 emplacements
- ✓ Le classement n'est pas obligatoire
- ✓ Catégorie « reine » : 4*
- ✓ L'offre stable depuis les années 2000
- ✓ Amélioration qualitative importante
- ✓ Beaucoup d'établissements luxueux
- ✓ Des équipements importants (golfs, piscines...)
- ✓ Des groupes et chaînes présents

Tabelle: Campingkapazitäten bundesweit (2017)

BUNDESLAND	CAMPINGPLÄTZE	STELLPLÄTZE
Bremen (HB)	3	286
Hamburg (HH)	6	419
Berlin (BE)	11	1.146
Saarland (SL)	28	1.819
Sachsen Anhalt (ST)	68	4.667
Thüringen TH	79	10.688
Sachsen SN	101	6.516
Brandenburg BB	169	10.168
Mecklenburg Vorpommern MV	202	25.936
Hessen HE	232	12.514
Schleswig-Holstein SH	262	20.604
Rheinland-Pfalz RP	278	21.467
Nordrhein-Westfalen NRW	318	15.896
Baden-Württemberg BW	348	21.577
Niedersachsen NI	387	29.988
Bayern BY	427	36.103

Geöffnete Campingplätze¹⁾ / angebotene Stellplätze in Deutschland
(Stand: Juli 2016)

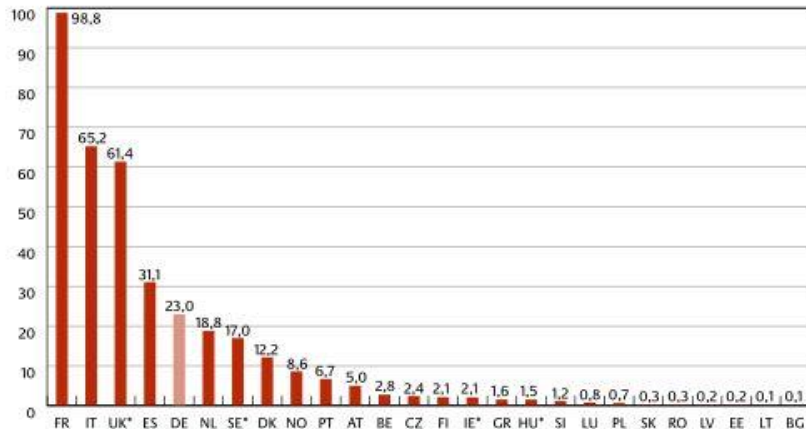
Jahr	Anzahl der geöffneten Campingplätze	Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %	Anzahl der von den geöffneten Campingplätzen angebotenen Stellplätze	Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %
2006	2 456	1,9	200 698	1,0
2007	2 531	3,1	204 832	2,1
2008	2 718	7,4	209 821	2,4
2009	2 812	3,5	214 855	2,4
2010	2 952	5,0	219 930	2,4
2011	2 775	2)	220 557	2)
2012	2 834	2,1	222 509	0,9
2013	2 818	-0,6	220 749	-0,8
2014	2 857	1,4	220 079	-0,3
2015	2 873	0,6	221 201	0,5



5. LES PERFORMANCES DES CAMPINGS EN ALLEMAGNE

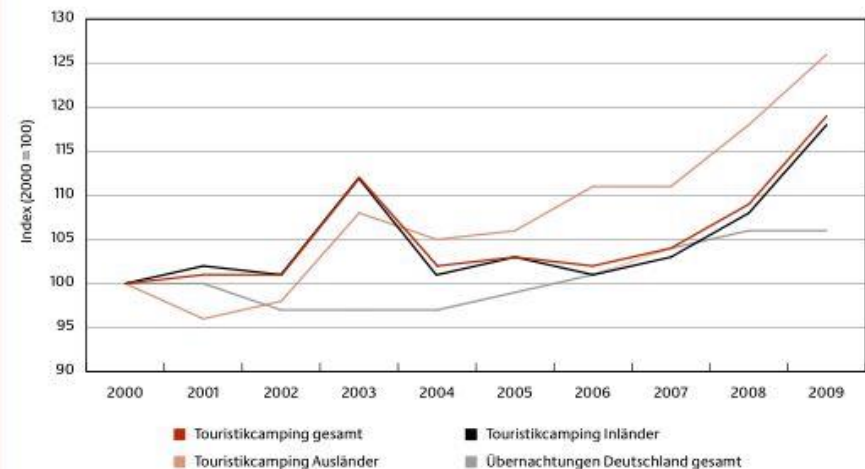
- ✓ 9 millions d'arrivées (2016)
- ✓ Fréquentation en augmentation
- ✓ 44 % d'emplacements résidentiels
- ✓ 2 % d'emplacements locatifs
- ✓ 81,3 % de la clientèle est locale
- ✓ 18,7 % de la clientèle étrangère
- ✓ Augmentation importante de la part de la clientèle étrangère
- ✓ L'accueil des camping car fortement développé

Abb. 1: Übernachtungen auf Touristik-Campingplätzen 2008 (in Millionen)



* Daten aus 2007
Quelle: dwif 2010, aktualisiert nach DSCV 2009

Abb. 2: Campingübernachtungen von In- und Ausländern seit 2000 im Vergleich zu den Gesamtübernachtungen in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt, Fachserie 6 Reihe 7.1, 2001-2010



5. L'OFFRE DE CAMPING EN ALLEMAGNE

3^{ème} marché européen en nombre de campings, l'Allemagne compte plus de 2900 campings, pour environ 220 000 emplacements. L'offre est stable depuis les années 2000.

Les établissements allemands ont entamé **une montée en gamme et en qualité** depuis le début des années 2000. Le classement n'est aujourd'hui pas obligatoire. Sur les 424 établissements répertoriés par le BVCD / DTV (fédération des campings assurant le classement), près de 45 % des campings ont obtenu 4* et 5*.

L'Allemagne propose en effet des grands campings très luxueux et bien équipés, à l'image de campings avec parcours de golf.

Les **emplacements résidentiels sont les plus nombreux** (44 % des emplacements), équipés de **résidences mobiles récentes et de qualité**. Les emplacements touristiques de passage sont adaptés aux grands attelages et « motor-homes ». Les **hébergements locatifs ne représentent que 2% de l'offre**.

Les groupes et chaînes de campings sont présents sur le territoire, cependant les établissements indépendants représentent la majeure partie de l'offre.

5. LES PERFORMANCES DE L'HPA ALLEMANDE

La fréquentation des campings allemands est **en augmentation constante** depuis le début des années 2000. Les campings allemands ont constaté l'arrivée de 8,7 millions de clients en 2015.

Les clientèles locales sont majoritaires (+ de 80 %), cependant la part des clientèles étrangères progresse chaque année, avec une prédominance des clients Néerlandais.

6. LA STRUCTURE DE L'OFFRE NÉERLANDAISE ET LES TENDANCES D'ÉVOLUTION



- ✓ 2.821 campings aux Pays Bas
- ✓ 250.400 emplacements
- ✓ Pour les campings :
 - 19 millions de nuitées touristiques
 - 25 % de clientèle étrangère
 - 75 % de clientèle nationale
- ✓ Pour les Parcs de vacances :
 - 39 millions de nuitées touristiques
 - 32 % de clientèle étrangère
 - 68 % de clientèle nationale

				Nederland
Campsite	Guests	The Netherlands	x 1 000	2,626
		Total foreign countries	x 1 000	1,054
	Overnight stays	The Netherlands	x 1 000	14,901
		Total foreign countries	x 1 000	4,897
Holiday park	Guests	The Netherlands	x 1 000	5,858
		Total foreign countries	x 1 000	2,633
	Overnight stays	The Netherlands	x 1 000	26,490
		Total foreign countries	x 1 000	12,532



6. LES TENDANCES, LES ATOUTS ET DIFFICULTES DES CAMPINGS AUX PAYS-BAS

Les Néerlandais sont des campeurs renommés à l'étranger, mais la plupart campent aussi dans leur propre pays. C'est pourquoi les Pays Bas disposent d'une grande sélection de campings, tant le long de la côte que dans les provinces boisées. La plupart des campings sont ouverts d'avril à octobre.

Une étude de 2012 révélait que :

- ✓ Les campings néerlandais disposent d'installations modernes, ils sont à jour et à l'épreuve du futur ;
- ✓ Ils doivent mieux se préparer pour des séjours de durées plus courtes ;
- ✓ Les campings peuvent rivaliser sur les prix et les caractéristiques en fonction de leur gamme d'options de camping.

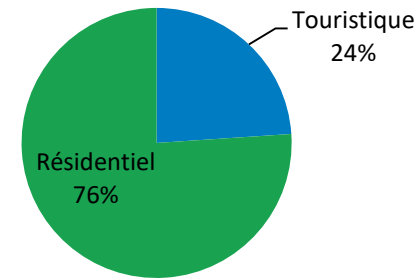
En Europe, les campings néerlandais occupent le haut du classement en terme qualitatif. L'ANWB (association automobile néerlandaise) organise annuellement les élections du « Camping de l'année » pour tous les campings d'Europe.



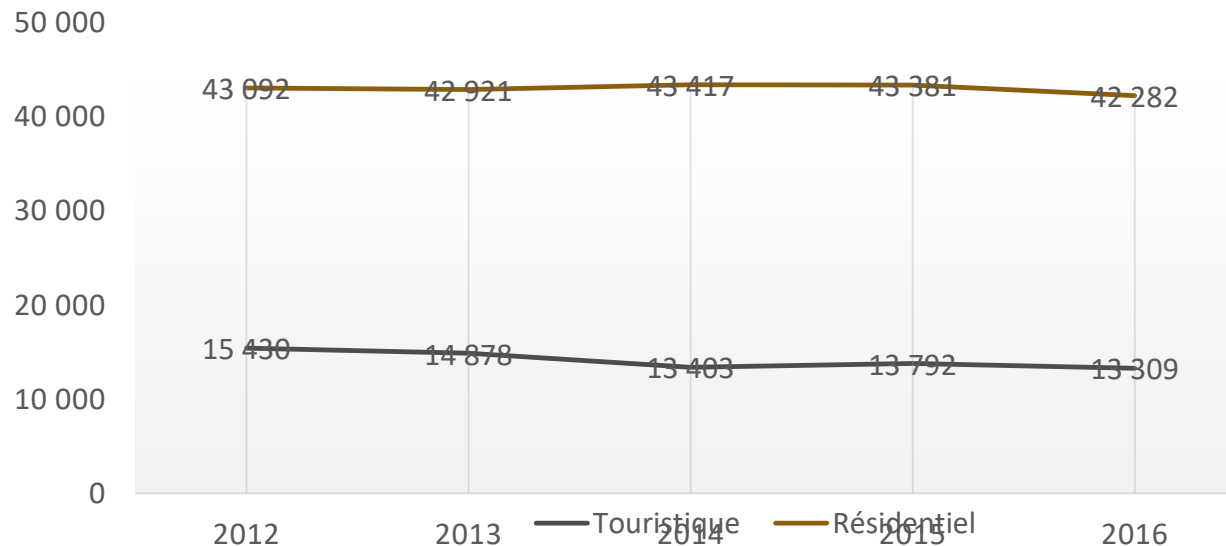
7. LA STRUCTURE DE L'OFFRE FLAMANDE

- ✓ 299 campings en Flandre
- ✓ 55.591 emplacements
- ✓ 42.282 emplacements purement résidentiels
- ✓ 13.309 emplacements touristiques

Touristique / Résidentiel



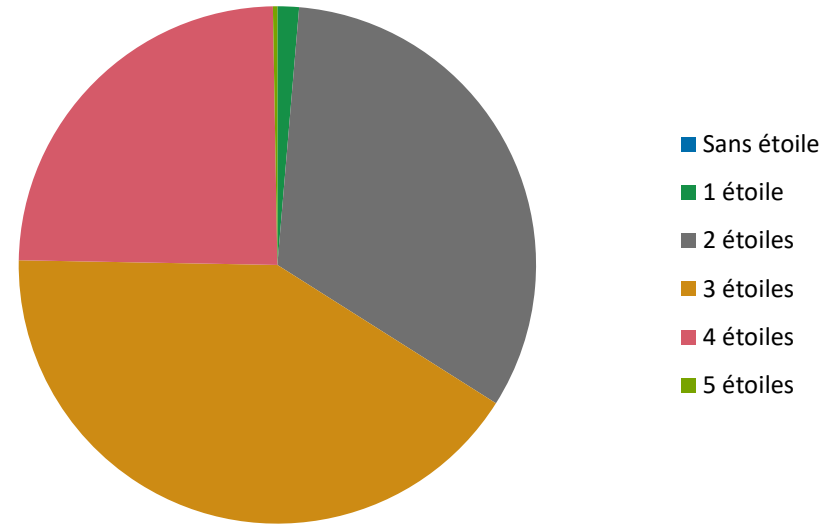
Evolution des emplacements Touristiques et Résidentiels 2012 - 2016



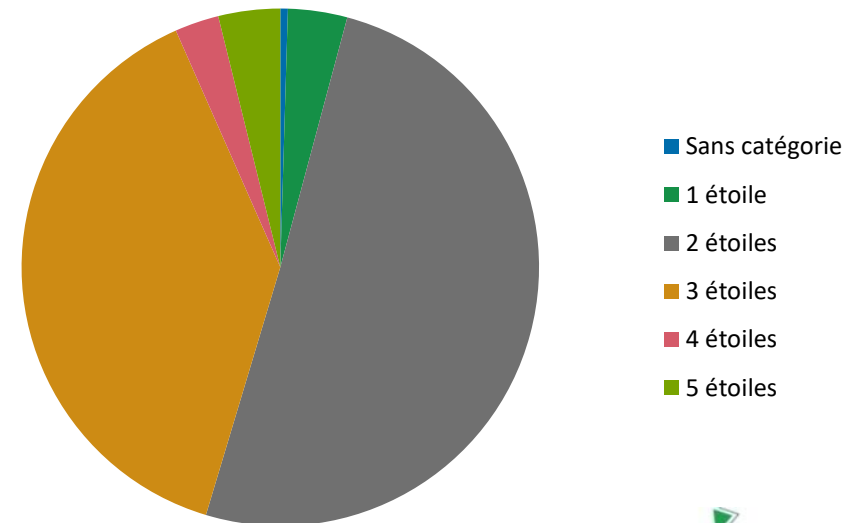


7. LA STRUCTURE DE L'OFFRE FLAMANDE

- ✓ 170 emplacements touristiques 1*
- ✓ 4.134 emplacements touristiques 2*
- ✓ 5.232 emplacements touristiques 3*
- ✓ 3.095 emplacements touristiques 4*
- ✓ 35 emplacements touristiques 5*
- ✓ 532 emplacements touristiques non classés



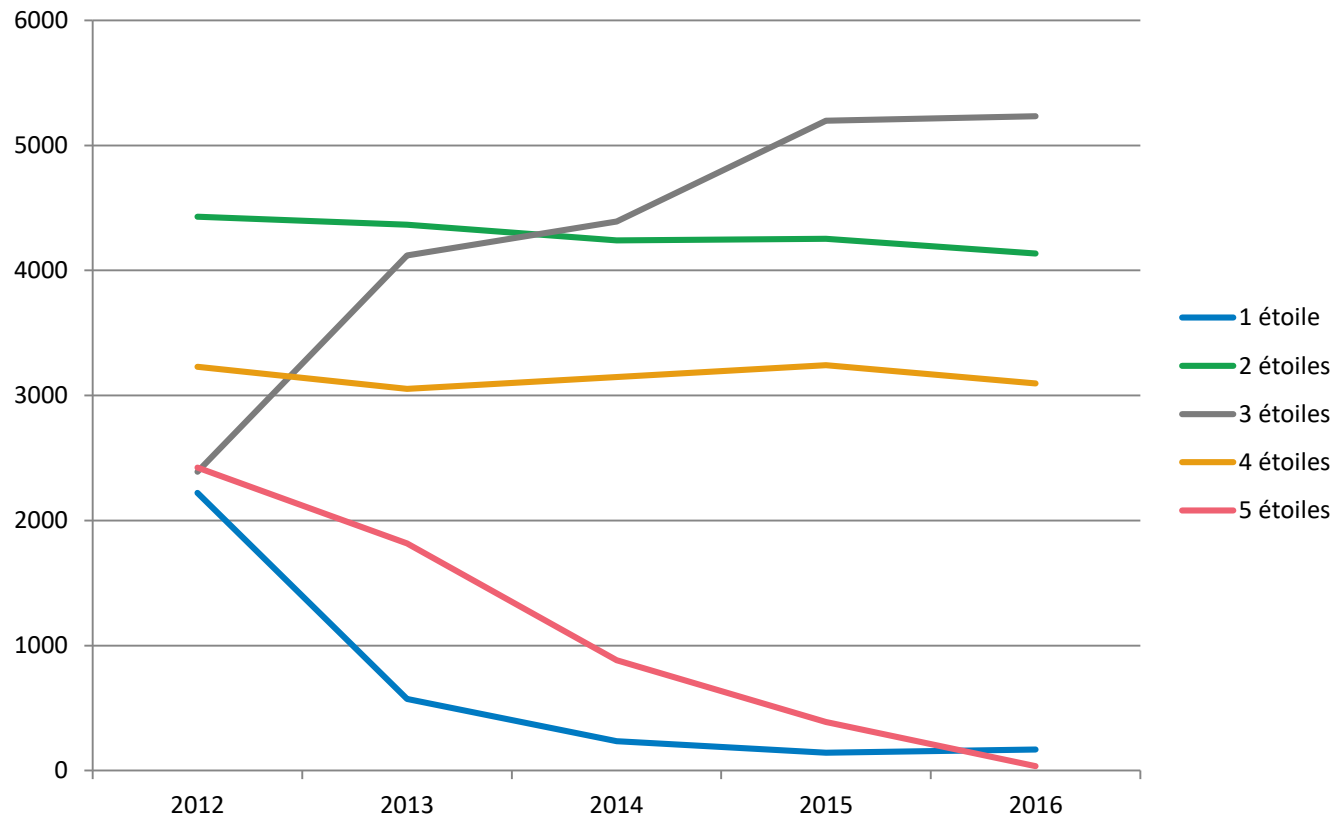
- ✓ 1.021 emplacements résidentiels 1*
- ✓ 13.914 emplacements résidentiels 2*
- ✓ 10.680 emplacements résidentiels 3*
- ✓ 760 emplacements résidentiels 4*
- ✓ 1.064 emplacements résidentiels 5*
- ✓ 129 emplacements résidentiels non classés





7. LES TENDANCES D'EVOLUTION

Evolution des catégories d'emplacements touristiques 2012 - 2016





7. LES TENDANCES, LES ATOUTS ET DIFFICULTES DES CAMPINGS FLAMANDS

En Flandre, un certain nombre de dénominations sont expressément protégées par la législation sur le tourisme. Seules les entreprises répondant à certaines normes peuvent utiliser ces noms protégés, à savoir:

- ✓ Le nom « camping » indique un site de camping avec une gamme suffisante d'emplacements de camping pour les passages, les campeurs et / ou les logements locatifs. Concrètement, il faut au minimum 30 places "de passage" ou une affectation de plus de 15% du total au "passage"
- ✓ Le nom de « parc de camping » (verblijfpark) désigne des sites de camping où l'accent est mis sur les clients fixes qui séjournent plus longtemps, par exemple dans un mobile home. Certains parcs de camping proposent également un certain nombre d'emplacements de camping, mais pas en nombre suffisant pour pouvoir utiliser le nom protégé « camping ».
- ✓ Les « mini campings » ont exclusivement des places de "passage" ou des emplacements pour tentes
- ✓ Un « kampeerautoterrein » (zone de camping) est une zone où seuls les campeurs peuvent résider. Les emplacements doivent avoir minimum 3x8m, et être loués au maximum 31 jours consécutifs au même locataire, l'usage est exclusivement touristique
- ✓ Un « vakantiepark » (parc de vacances) est un camping où la majorité des logements sont loués pour de courts séjours par la direction centrale du parc. Ces parcs peuvent également avoir des emplacements de camping (passage, touristique, camping-cars ou pré à tente) à concurrence de 50% maximum de l'offre totale. Au minimum 80% des emplacements doivent être dédiés à des séjours de loisirs de maximum 31 jours consécutifs. Il s'agit de constructions presque exclusivement permanentes.



8. COMPARATIF DES MARCHES EUROPEEN DU CAMPING

MARCHES (2017)	PAYS BAS		ALLEMAGNE		FRANCE		FLANDRE		WALLONIE	
Offre	Etablissements	Emplacements	Etablissements	Emplacements	Etablissements	Emplacements	Etablissements	Emplacements	Etablissements (reconnus)	Emplacements (reconnus)
Nombre d'établissements	2821	250400	2919	219794	8023	896 174	299	55 591	137	33 229
1*			SUR 424		433 (5.5 %)	28866 (3.2 %)	12 (4%)	1191 (2.1%)	47 (34,31%)	6547 (19,70 %)
2*			0 (0%)		1958 (24.5 %)	162453 (18.12 %)	123 (41.1%)	18048 (32.5%)	52 (37,96 %)	11820 (35,57 %)
3*			1 (0.2%)		2548 (32 %)	291235 (32.49 %)	80 (26.76%)	15912 (28.6%)	31 (22,63 %)	10140 (30,52 %)
4*			48 (11.3%)		1164 (14.5%)	243913 (27.2 %)	19 (6%)	3855 (6.9%)	7 (5,11 %)	4722 (14,21 %)
5*			119 (28%)		216 (2.5%)	78124 (8.7%)	1 (0.3%)	1099 (1.97%)	0 (0 %)	0
NON CLASSES			67 (15.8%)		1 704 (21%)	91583 (10.2 %)	64 (21%)	661 (1.18%)		
Nb emplacement moyen/camping	89		75		112		186		242	
Demande	Emplacements	Hébergement locatif / résidentiel	Emplacements	Hébergement locatif	Emplacements	Hébergement locatif	Emplacements	Hébergement Résidentiel	Emplacements	Hébergement Résidentiel
Nombre visites (nuits)	3 680 000	8 491 000	9 039 669		24 179 980		446 830	605 261	281 431	574 011
Nombre de nuitées	19 798 000	39 022 000	30 462 000		123 970 930		1 790 183	4 325 580	950 560	1 863 480
Taux d'occupation moyen (empl*3 sur 180j)	36,1 %		25,6 %		25,6 %		20,2 %		15,7 %	
Répartition (nuits / arrivées)										
% clientèle Locale	71,36 %	68,99 %	81.3 %		67.25 %		45.38 %	70.16%	38.48 %	68.45%
% clientèle étrangère	28,64 %	31,01 %	18.7 %		32.75 %		54.62 %	29.83 %	61.52 %	31.55 %

Tendances principales d'évolution

Part de marché en baisse de l'industrie du camping Légère augmentation de la clientèle étrangère.	La part de marché ne cesse d'augmenter Les exploitants investissent dans leurs équipements	Baisse du nombre d'emplacement et de campings depuis 2010 Montée en gamme depuis les années 2000	Montée en gamme des campings Les campings 4* disposent d'une majorité d'emplacements touristiques	Réduction du nombre d'emplacement des campings Fermeture d'établissements
--	---	---	--	--

Les principaux atouts

Etablissements qualitatifs Equipements en hébergement locatif important Forte proportion de clientèle étrangère	Beaucoup d'établissements haut de gamme – luxueux L'accueil des camping-car fortement développé	Des établissements professionnalisés en matière d'accueil des touristes de passage Des groupes puissants L'hébergement locatif est développé	Des campings qualitatifs Une classification et réglementation précise	1/3 de la capacité total de l'hébergement Wallon Des campings situés dans des sites naturels remarquables
---	--	--	--	--

Les principaux défauts

Pas de système de classement officiel Les campings sont inspectés par les guides (ACSI, ANWB...)	Peu d'hébergements locatifs (2% des emplacements) Un classement non obligatoire	Proportion de clientèle étrangère moyenne Des gros investissements sont nécessaires afin de respecter les normes et réglementations	Forte proportion d'emplacements résidentiels L'accueil des touristes de passage	Pas de camping locatif Pas de campings affiliés Peu de labélisés (environnemental et qualité) Pas de camping haut de gamme
---	--	--	--	---



8. LES GRANDES TENDANCES ET ATTENTES DES CLIENTELES DE CAMPING EN EUROPE

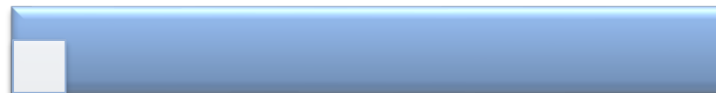
Aujourd'hui **de nouvelles tendances** apparaissent dans le monde du camping afin de contrer la concurrence et de répondre aux attentes des nouvelles clientèles :

- Le développement **de concepts forts** (voir annexe 2 – stratégies d'entreprise) : Des groupes et chaînes de campings se déploient grâce à leur positionnement « éco touristique » (Huttopia) ou « luxe » (Sandaya, Leading campings). Des campings travaillent sur l'expérience et l'immersion client par la thématisation de leur établissement (camping « Western », camping « Vintage »...), d'autres encore intègrent l'ensemble de la chaîne de distribution.
- Le développement de **nouveaux types d'hébergements touristiques** (voir annexe 3 – les hébergements en camping) : les hébergements touristiques implantables sur un camping sont aujourd'hui divers et variés et peuvent permettre de segmenter et d'attirer les nouvelles clientèles. Ainsi, il est possible d'installer des « mobil homes luxe » (design avec jacuzzi), des chalets sur pilotis, des lodges (toiles et bois, glamping), des hébergements dits « insolites »...
- Un **regain de l'attractivité touristique des territoires ruraux** par l'éco-tourisme, le tourisme patrimonial ou encore la gastronomie permet aux exploitants de diversifier leur offre en proposant une immersion dans la « culture locale » grâce à des séjours packagés.
- Le **développement du tourisme itinérant** (randonneurs pédestres, cyclistes, camping cariste, tourisme fluvial...) permet également aux campings d'étoffer leur offre et leur clientèle.



8. LES GRANDES TENDANCES ET ATTENTES DES CLIENTELES DE CAMPING EN EUROPE

Les campings en 2018 Le futur des campings



- Montée en gamme régulière de la filière
- Une forte proportion de campings indépendants
- Des chaînes volontaires et intégrées fortes dans certains pays
- Développement régulier des infrastructures
- Les hébergements locatifs rentables
- Développement des hébergements alternatifs / insolites
- Peu de positionnements marketings innovants, forts
- Des supports de communication et commercialisation divers et variés, mais spécialisés

- Intensification de la montée en gamme
- Intensification des regroupements
- Développement de la puissance des chaînes (commerciale, financière)
- Nécessité de développer les infrastructures de service
- Hébergements locatifs toujours rentable, développement de nouveaux concepts pour les emplacements nus
- Accroissement des hébergements alternatifs/insolites
- Des positionnements marketings plus innovants, thématisation des campings, une identité forte pour chaque camping
- Intensification de la commercialisation digitalisée, des acteurs commerciaux de plus en plus puissants



8. LES GRANDES TENDANCES ET ATTENTES DES CLIENTELES DE CAMPING EN EUROPE

Les attentes des campeurs aujourd'hui

Les vacances au camping sont majoritairement choisies pour la liberté qu'elles procurent à 43,6% des personnes interrogées. **Pour seulement 15,1% d'entre elles, le prix est l'une des motivations.**

Le camping : ça se partage !

57,2% des campeurs partent en famille et 31% en couple.

Ils ne sont que 1,5% à partir seuls.

Le camping : **besoin de plus de confort**

Si 16% des répondants sont des puristes et choisissent la tente, la grande majorité opte pour plus de confort : **38% préfèrent le mobil-home** et 26% la caravane.

Le camping : **la propreté avant tout**

Pour la moitié des personnes interrogées (49,2%), qualité équivaut à propreté.

Les autres qualités recherchées sont : **un environnement préservé** (24,7%) ou **une situation géographique privilégiée** (12,9%).

Le camping : destinations plurielles

Si **la mer reste la destination première** (34,3%), l'écart est faible avec la campagne (28,4%) et la montagne (24,4%).

Le camping : le tester c'est l'adopter !

Pour finir, les enseignements de ce sondage montrent que **les campeurs sont fidèles** : 65,1% des campeurs interrogés ont adopté ce mode vacances depuis plus de 10 ans et 20,3% depuis plus de 5 ans.

Source : Etude camping qualité France – mai 2016



8. LES GRANDES TENDANCES ET ATTENTES DES CLIENTELES DE CAMPING EN EUROPE

Les clients en 2018



- Clientèle hétérogène (composition familiale, CSP, zone d'habitation, tranche d'âge...)
- les clientèles viennent majoritairement d'Europe du nord (Pays nordiques, Royaume Uni, France, Allemagne, Belgique)
- Fréquentation toujours en hausse, des clients fidèles aux vacances en camping
- Mise en concurrence des différents modes d'hébergement (hôtellerie traditionnelle, village vacances, résidences de tourisme, ...)
- Utilisation accrue des médias connectés
- Développement des vacances « alternatives » : courts séjours, itinérance, ...

Les attentes des clients



- Recherchent la propreté, la convivialité et de plus en plus de confort.
- Simplification et digitalisation du parcours client (en termes de recherche, de réservation et d'accueil),
- Toujours plus de « connectivité »
- Accroissement du niveau de qualité de service, du confort et du bien-être.
- Un engagement dans le respect de l'environnement
- Vivre une expérience différente, une émotion. Ils veulent être surpris !

9. BENCHMARK : CHOIX DE CAMPINGS A ANALYSER

9. CRITERES DE CHOIX

La grille de critères de choix

L'objectif de la phase « benchmark » de la mission est **d'établir un exemple de business plan opérationnel et rationnel qui pourra correspondre aux campings Wallons**. La sélection des campings qui pourront faire l'objet de ce benchmark doit donc **répondre à plusieurs questions essentielles** :

- Le camping est-il comparable aux autres de son territoire ?
- Le camping a-t-il entamé sa transition (de clientèles résidentielles au tourisme de passage) ?
- Les résultats économiques du camping sont-ils satisfaisant au regard de cette transition ?
- Les données nécessaires au benchmark sont-elles disponibles ?

Une grille détaillée de critères de choix a été établie et est proposée sur base des axes principaux suivants:

- **Catégorie** : classification
- **Situation / accès** : localisation du site au regard de l'accès et de l'attractivité touristique
- **Services** : les services disponibles
- **Equipements** : les équipements disponibles
- **Hébergements locatifs** : les hébergements locatifs disponibles
- **Emplacements nus** : les types d'emplacements nus disponibles
- **Emplacements résidentiels** : les types d'emplacements résidentiels disponibles
- **Tarifification emplacement** : les tarifs moyens emplacements
- **Tarifification hébergement locatif**: les tarifs moyens locatif
- **Tarifification résidentiel**: les tarifs moyens résidentiels
- **Commercialisation** : les moyens et efforts de commercialisation
- **Qualité des infrastructures** : la qualité des diverses infrastructures
- **Analyse financière** : la situation financière globale (bilan, ratios de gestion, investissements, solvabilité, rentabilité, credit scoring, etc.)
- **Pertinence d'analyse du site** : la pertinence d'analyser ce site au regard de la disponibilité des informations, de l'évolution du site et de la motivation de l'exploitant.

9. CRITERES DE CHOIX

Les campings sélectionnés

La sélection des campings s'est effectuée sur la base d'un **listing de campings représentatifs** de la région établi par la fédération des campings de Wallonie et le Commissariat général au tourisme et d'une sélection par la qualité des notes des clients (camping2be, tripadvisor, anwb...). La visite d'une partie de ces campings (20 campings visités et 14 exploitants rencontrés) a permis d'affiner cette sélection.

Au regard de cette sélection, **il apparaît pertinent de concentrer cette démarche sur des campings du territoire**. Cependant, il sera possible d'affiner les analyses grâce à des exemples de campings français ayant été dans une situation similaire de transition de clientèles.

Les campings du territoire de l'Oise peuvent être comparés au territoire Wallon :

- Territoire disposant de lieux touristiques, mais pas majeurs
- Passage important de clientèles touristiques étrangères (plus de 40 %), mais non captée par les campings
- Activité des campings axée sur le résidentiel et les travailleurs en déplacement
- Parc de campings vieillissant

Deux campings de ce territoire pourraient être comparés aux campings du territoire Wallon :

- **Camping de l'Abbatiale *** à Saint Leu d'Esserent** (Oise) travaillant depuis 5 ans les clientèles touristiques de passage en hébergement locatif et emplacements nus. Ayant effectué des investissements dans l'optique de développer ces clientèles.
- **Camping de la Trye *** à Bresles** (Oise) ayant effectué une transition totale il y a 7 ans d'une clientèle exclusivement résidentielle vers une clientèle essentiellement touristique.

#	Score maximum moyen	GRILLE DE SCORES: Critères de sélection pour le Benchmark
1		Etoile *
2		Etoile **
3		Etoile ***
4		Etoile ****
5		Etoile *****
SITUATION ACCES		
6	1	Localisation - Facilité d'accès
7	1	Localisation - Facilité d'installation
8	1	Localisation - Accès à l'eau (rivière, lac, mer)
9	1	Localisation - Accès Ville < 2 km / commerces
10	1	Localisation - Site de découverte
11	1	Localisation - Site culturel
12	1	Localisation - activités touristiques et sportives
13	1	Localisation - Destination populaire
SERVICES		
14	1	Services - Animaux acceptés
15	1	Services - Espaces bien-être
16	1	Services - Animations
17	1	Services - Club enfants
18	1	Services - Camping à thème
EQUIPEMENTS		
19	1	Equipement - bar
20	1	Equipement - restaurant, friterie
21	1	Equipement - buanderie
22	1	Equipement - magasin
23	1	Equipement - jeux pour enfants
24	1	Equipement - Piscine
25	1	Equipement - Piscine couverte
26	1	Equipement - Toboggan
27	1	Equipement - Parc aquatique
28	1	Equipement - Jacuzzi
29	1	Equipement - Wifi
HEBERGEMENTS LOCATIFS		
30	1	Hébergement - Roulotte
31	1	Hébergement - Mobil Home
32	1	Hébergement - Caravane
33	1	Hébergement - Hébergement insolite
34	1	Hébergement - Bungalow
35	1	Hébergement - Lodge et tente meublée
36	1	Hébergement - Chalet
37	1	Hébergement - Cabane perchée
EMPLACEMENTS NUS		
38	1	Emplacements nus simples
39	1	Emplacements confort (électricité)
40	1	Emplacements grand confort (électricité, eau, assainissement)
41	1	Emplacements camping car (motorhome)
EMPLACEMENTS RESIDENTIELS		
42		
43	1	Résidentiels mobilhomes
44	1	Résidentiels caravane
45	1	Saisonniers caravane
EMPLACEMENT TARIFICATION (2p + équipement + électricité)		
46		nuit < 15 €
47		nuit 15 € < - < 20 €
48		nuit > 20 €
49	1	Programme de promotion

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Camping Confort	Camping Ile de Faigneul	Camping « Villatoile	Camping « Le Sagittaire »	Europacam p (St Hubert)	Domaine de Wachirock (St Ode)	Le Pommier Rustique	La Cascade de Jausse (Gesves)	Camping Mayette	Camping Pont de Deulin	Ardennen Camping Bertrix	Parc La Clusure Tellin	Saint-Remacle Bertrix	Les Monts Rosés	Camping de la Lesse
-1	-1	0	1	0	1	1	-2	0	2	2	1	1	-1	2
2	1	2	2	1	2	1	0	2	1	3	2	2	0	2
3	3	3	2	-2	1	-2	2	2	3	-2	1	3	-2	2
3	-2	1	1	0	-1	1	-2	-1	-2	2	-2	1	-2	3
2	1	1	1	1	-1	-1	0	1	1	2	2	2	0	2
2	1	2	1	1	-1	-1	0	1	1	2	2	2	0	1
2	0	2	1	2	1	-1	0	1	1	2	2	2	0	2
2	1	2	1	1	0	-1	0	1	1	2	2	2	0	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0
1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1
1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1
1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0
1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0
1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1
					-									
					-									
					-									
1	1	1	1	0	-	1	0	0	0	1	1	0	1	0

Sélection pour le Benchmark (O/N)
0
0
0
0
0
6
23
17
0
14
14
17
16
15
4
12
5
1
14
14
15
5
15
4
1
2
0
4
9
0
3
3
4
3
2
1
0
0
11
0
0
0
8

#	Score maximum moyen	GRILLE DE SCORES: Critères de sélection pour le Benchmark	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Sélection pour le Benchmark (O/N)
			Camping Confort	Camping Ile de Faigneul	Camping « Villatoile	Camping « Le Sagittaire »	Europacam p (St Hubert)	Domaine de Wachirock (St Ode)	Le Pommier Rustique	La Cascade de Jausse (Gesves)	Camping Mayette	Camping Pont de Deulin	Ardenne Camping Bertrix	Parc La Clusure Tellin	Saint-Remacle Bertrix	Les Monts Rosés	Camping de la Lesse	
		HEBERGEMENT LOCATIF TARIFICATION																
50	1	Prix pour 7 nuits - Promos	1	1		1	1		1	1			1	1			1	9
51		Prix pour 7 nuits - de moins de 300 Euros																0
52		Prix pour 7 nuits - de 300 à 600 Euros																0
53		Prix pour 7 nuits - de 600 à 800 Euros																0
54		Prix pour 7 nuits - de 800 à 1.000 Euros																0
55		Prix pour 7 nuits - > 1.000 Euros																0
		RESIDENTIEL TARIFICATION																
56		Année < 1000 €						-		-				-				0
57		Année de 1000 € à 1200 €						-		-				-				0
58		Année > 1200 €						-		-				-				0
		COMMERCIALISATION																
59	1	Présence sur booking.com	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	4
60	1	Présence sur Trip Advisor	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	9
61	1	Présence sur Internet - Site Web	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
62	1	Système de réservation en ligne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2
63	1	Moyens de commercialisations spécialisés	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	3
64	1	Partenaires commerciaux (TO)	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	3
65	1	Programme de fidélité	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	3
		QUALITE DES INFRASTRUCTURES																
66	1	Etat général des infrastructures	2	0	2	1	-1	1	0	1	2	3	2	2	1	-1	0	15
67	1	Etat général du terrain	3	0	1	1	-1	0	0	-1	2	3	2	2	1	-2	1	12
68	1	Confort global du site	2	0	2	1	0	0	1	-1	2	2	3	3	1	0	1	17
69	1	Sanitaires	1	0	2	1	0	0	0	0	2	2	2	3	0	0	1	14
70	1	Effort de rénovation	3	0	1	1	2	0	1	0	2	3	0	3	1	-1	0	16
71	1	Camping - Sous Article 250	-2	-2	-2	-1	2	2	2	-1	-2	-2	2		-1	2	-2	-5
72	1	Camping - Conforme à l'Article 250	1	2	1	1	-	-	-	2	1	2	-		2		2	14
73	1	Guest journey (Expérience d'Hervé)	2	-1	2	1	0	0	1	-1	1	2	0	2	1	-2	1	9
74	1	Guest satisfaction (Trip Advisor ou autre)	2	1	1	2	1	-	0	-	0	-	2	2	1	-	1	13
		ANALYSE FINANCIERE																
75	1	Finance: Forme juridique (*)	1	1	1	0	0	0	0	0	-1	0	0	1	0	1	1	5
76	1	Finance: Exploitation de moins de 10 ans (*)	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
77	1	Finance: Exploitation de moins de 10 à 15 ans (*)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
78	1	Finance: Exploitation de plus de 15 ans (*)	3	3	3	3	0	3	3	3	3	3	0	3	3	3	3	39
79	1	Finance: Faculté de limite de crédit octoyable (*)	-1	-1	3	-2	2	2	-1	-1	-3	-1	-2	-1	-3	-2	3	-8
80	1	% Bénéfice/Perte par rapport aux fonds propres (*)	-1	2	-2	2	-1	2	2	-2	-	2	2	-2	-1	-2	-2	-1
81	1	% Bénéfice/Perte par rapport à la marge brute (*)	-2	2	-2	-2	-2	2	2	-2	-	2	2	-2	-2	-2	-2	-8
82	1	Finance: Liquidité au sens stricte (*)	0	-2	2	-2	0	0	0	-1	-	0	-2	0	0	2	2	-1
83	1	Finance: Solvabilité financière (*) - Capitaux propres / Total passif	2	-1	2	-2	2	2	1	1	-	-1	-1	-1	-1	2	2	7
84	1	Finance: Solvabilité financière (*) - Degré d'autofinancement	-1	-1	2	-2	1	1	-1	2	-	1	1	1	1	-1	2	6
85	1	Finance: Evolution favorable (*)	-1	1	-1	-1	1	1	1	-1	-	1	-1	-1	1	-1	0	-1
		PERTINENCE D'ANALYSE DU SITE																
86	1	Disponibilité des données	2	2	2	1	-1	-1	1	-2	2	-1	-2	-2	0	-2	2	1
87	1	Gestion informatisée	2	2	1	0	-1	1	0	-2	-1	2	2	2	-2	-2	0	4
87	1	Motivation de l'exploitant	3	0	2	3	2	0	2	-2	3	1	-2	-2	0	-2	1	9
88	1	Évolution du site	2	1	2	2	0	-1	2	1	2	0	2	2	1	-2	1	15
89	1	Respect global des normes	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28
		Scoring Total	59,0	33,0	57,0	39,0	29,0	32,0	40,0	7,0	37,0	48,0	60,0	58,0	35,0	0,0	51,0	585,0
		Scoring Total (%)	81%	45%	78%	53%	40%	44%	55%	10%	51%	66%	82%	79%	48%	0%	70%	

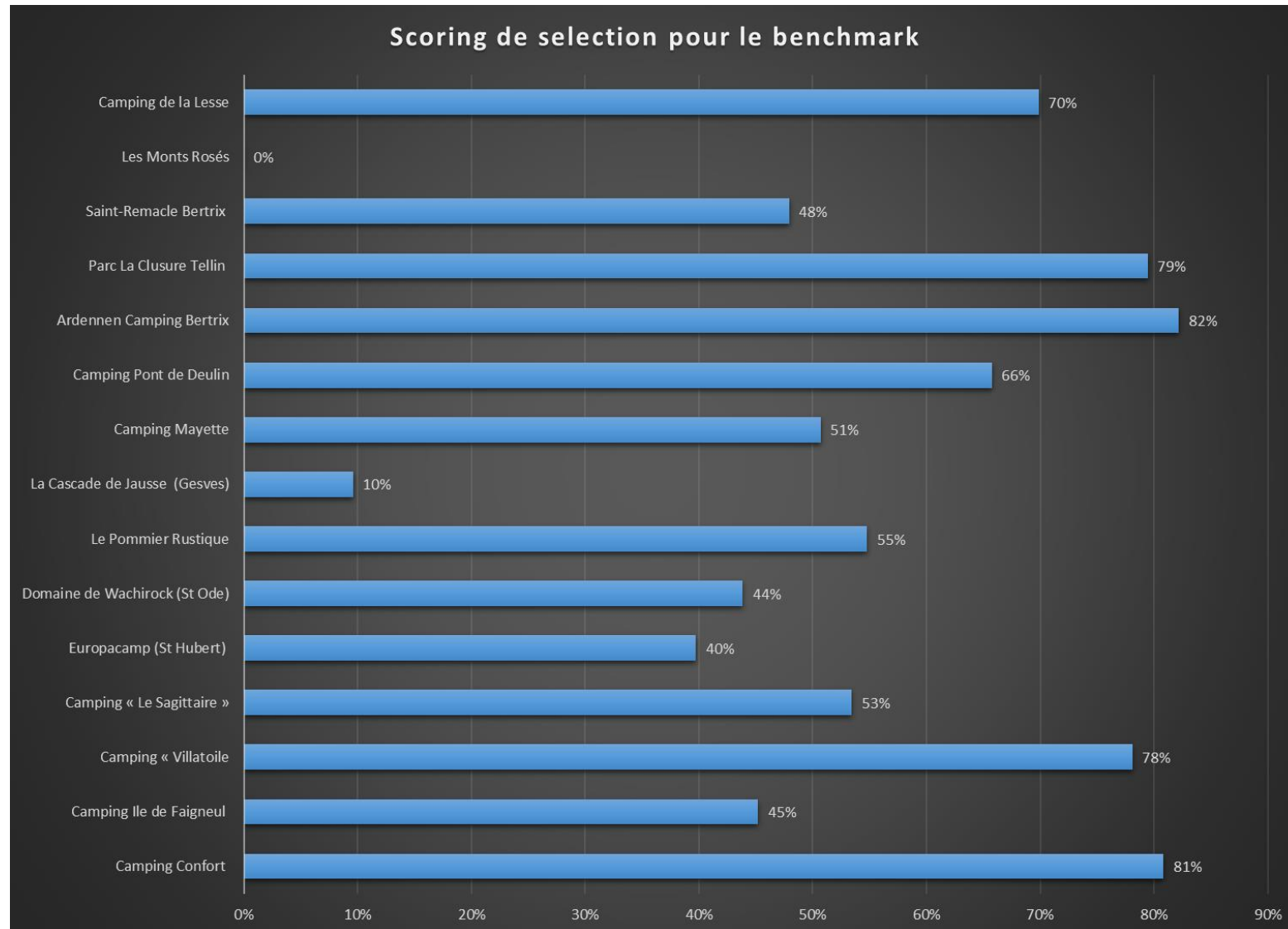
9. Critères de choix

La grille de critères de choix

Cette grille d'analyse dispose d'une échelle de score de -2 à 3 permettant de bien mettre en évidence les caractéristiques de chaque établissement.

Scoring:	Définition
Très insuffisant	-2 Forte insuffisance d'exploitation ou de compétences de l'établissement en regard du critère = Exploitation à risque
Insuffisant	-1 Insuffisance d'exploitation ou de compétences de l'établissement en regard du critère = Exploitation à risque
Suffisant	0 Suffisance d'exploitation ou de compétences de l'établissement en regard du critère = Exploitation sujette à instabilité
Bon	1 Exploitation saine et compétente de l'établissement en regard du critère de sélection = Exploitation stable
Très bon	2 Exploitation très saine de l'établissement et compétences certaines en regard du critère de sélection = Exploitation compétitive
Excellent	3 Exploitation de référence en regard du critère de sélection = Exploitation à forte croissance
	1 Score maximum moyen

10. PRECONISATIONS SUR LE CHOIX DES CAMPINGS QUI FERONT L'OBJET D'UN BENCHMARK



10. PRECONISATIONS SUR LE CHOIX DES CAMPINGS QUI FERONT L'OBJET D'UN BENCHMARK

Suite à l'évaluation approfondie de tous les critères de sélection confondus:

- 6 campings apparaissent pertinents pour cette démarche, 3 campings ayant une note supérieure à la moyenne pourraient aussi être pertinents,
- Le classement affiché de ces campings ne doit pas être considéré comme un critère totalement décisif, (ex: deux campings classés 1* et un non classé ayant des caractéristiques de campings 3* - moyenne gamme),
- L'implication de l'exploitant et la disponibilité des données sont des critères indispensables pour la suite de cette mission,
- La sélection d'un camping proposant déjà de l'hébergement locatif apparait obligatoire,
- La sélection d'un camping ayant déjà effectué une transition sur un nombre conséquent d'emplacements résidentiels apparait obligatoire.
- La bonne santé financière de l'établissement sélectionné est également importante.

Conclusion: Etant donné une évaluation approfondie et effectuée sur de multiples critères, la sélection des 6 campings pertinents peut être considérée comme performante de modèle d'exploitation « Best-In-Class » par rapport aux autres campings et qui pourraient donc servir de guides par rapport au reste du périmètre Wallon.

ANNEXES

- 1- LISTE DES CAMPINGS AUTORISES / CATEGORIES
- 2- COMPTES RENDUS DE VISITE
- 2- STRATEGIES D'ENTREPRISES DE CAMPINGS
- 3- LES HEBERGEMENTS EN CAMPING

ANNEXES

1- LISTE DES CAMPINGS AUTORISES / CATEGORIES

Quartier	Dénomination de l'établissement	Type	Province	Commune	rdw, nr	CP	Localité	Capacité lits touristiques par hébergement	Capacité moyenne par hébergement	Capacité moyenne par camping
4 étoiles	Soleil	Camping touristique	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	697	697	69
4 étoiles	Road 1	Camping touristique	Luxembourg	La Roche-a-Adenne	5863	5863	La Roche-a-Adenne	1179	1179	383
4 étoiles	GOSAMART (DOMAINE DES SOURCES)	Camping touristique	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	260	260	61
4 étoiles	Dominus Muller de Maréchal	Camping touristique	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	504	504	188
4 étoiles	Camping de la Roche	Camping touristique	Luxembourg	La Roche-a-Adenne	5863	5863	La Roche-a-Adenne	285	285	90
4 étoiles	Camping Collin de la Roche	Camping touristique	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	1179	1179	383
3 étoiles	Camping de l'Arche	Camping touristique	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	518	518	172
3 étoiles	Camping de la Source	Camping touristique	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	315	315	105
3 étoiles	LE PAYS	Camping touristique	Luxembourg	Fredeux-ville	5863	5863	Fredeux-ville	204	204	70
3 étoiles	CAMPAG DE LA CROIX-SCALLE	Camping touristique	Luxembourg	Fredeux-ville	5863	5863	Fredeux-ville	612	612	68
3 étoiles	Camping de la Lasse	Camping touristique	Luxembourg	Hayel	5863	5863	Hayel	462	462	154
3 étoiles	Camping BENEUX	Camping touristique	Luxembourg	La Roche-a-Adenne	5863	5863	La Roche-a-Adenne	1029	1029	343
3 étoiles	Camping Sousse	Camping touristique	Luxembourg	Neuf-Basich	5863	5863	Neuf-Basich	246	246	62
3 étoiles	Camping Tony	Camping touristique	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	188	188	66
3 étoiles	CHATEAU D'ORPE	Camping touristique	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	144	144	48
3 étoiles	CHATEAU DE LA SOURCE	Camping touristique	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	51	51	20
3 étoiles	ARMINIA	Camping touristique	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	267	267	89
3 étoiles	CAMPAG DE LA CROIX-SCALLE	Camping touristique	Luxembourg	Fredeux-ville	5863	5863	Fredeux-ville	612	612	68
3 étoiles	Camping Sam-Rambou	Permis de camping-casants	Luxembourg	Bourla	5863	5863	Bourla	30	30	10
3 étoiles	LE DE FAREWELL	Permis de camping-casants	Luxembourg	Bourla	5863	5863	Bourla	30	30	10
3 étoiles	LE BRAN DE LAUYOT	Permis de camping-casants	Luxembourg	Bourla	5863	5863	Bourla	450	450	151
3 étoiles	Camping de la Vie du Pain	Permis de camping-casants	Luxembourg	Erdele	5863	5863	Erdele	108	108	38
3 étoiles	Camping de la Source	Permis de camping-casants	Luxembourg	Fontaine	5863	5863	Fontaine	318	318	108
3 étoiles	Les Sources	Permis de camping-casants	Luxembourg	Fontaine	5863	5863	Fontaine	60	60	20
3 étoiles	ARPEVA CAMPING	Permis de camping-casants	Luxembourg	La Roche-a-Adenne	5863	5863	La Roche-a-Adenne	48	48	16
3 étoiles	LE VIEUXMOLIN	Permis de camping-casants	Luxembourg	La Roche-a-Adenne	5863	5863	La Roche-a-Adenne	40	40	14
3 étoiles	PETITE SUISSE	Permis de camping-casants	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	450	450	150
3 étoiles	LA FORET	Permis de camping-casants	Luxembourg	Philippaule	5863	5863	Philippaule	0	0	0
3 étoiles	KON TRI	Permis de camping-casants	Luxembourg	Rochettes	5863	5863	Rochettes	150	150	51
3 étoiles	LA Roche	Permis de camping-casants	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	432	432	144
3 étoiles	WACHROCK	Permis de camping-casants	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	45	45	15
3 étoiles	SAINT-LEBESERVE	Permis de camping-casants	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	51	51	17
3 étoiles	LE MOULIN	Permis de camping-casants	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	51	51	17
3 étoiles	LE POMMER RUSTIQUE	Permis de camping-casants	Luxembourg	Nier	5863	5863	Nier	51	51	17
2 étoiles	SUD	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	268	268	86
2 étoiles	LES ROSEAUX	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	120	120	40
2 étoiles	CAMPAG VESERVAL	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	120	120	40
2 étoiles	Le Plein	Camping touristique	Luxembourg	Berriest	5177	5177	Berriest	132	132	44
2 étoiles	Camping de la Sabelle	Camping touristique	Luxembourg	Saizy	5863	5863	Saizy	288	288	96
2 étoiles	LE MOULIN	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	498	498	162
2 étoiles	LE MOULIN	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	102	102	34
2 étoiles	LE MOULIN	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	15	15	5
2 étoiles	LES POMPIERS	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	147	147	49
2 étoiles	Camping de Dient Baumgarts	Camping touristique	Luxembourg	Dient	5500	5500	Dient	60	60	20
2 étoiles	Camping Intermodal	Camping touristique	Luxembourg	Dient	5500	5500	Dient	190	190	63
2 étoiles	OUROUR CAMPING CAMPUS	Camping touristique	Luxembourg	Dient	5500	5500	Dient	114	114	38
2 étoiles	LE HAMOUR DE LA BAS	Camping touristique	Luxembourg	Egry	5510	5510	Egry	342	342	108
2 étoiles	Les Muses	Camping touristique	Luxembourg	Egry	5510	5510	Egry	273	273	91
2 étoiles	LE PETIT-CORTEL	Camping touristique	Luxembourg	Fontaine	5863	5863	Fontaine	27	27	9
2 étoiles	Camping de l'Arche	Camping touristique	Luxembourg	Fontaine	5863	5863	Fontaine	3	3	1
2 étoiles	LE MOULIN	Camping touristique	Luxembourg	Fontaine	5863	5863	Fontaine	15	15	5
2 étoiles	LES POMPIERS	Camping touristique	Luxembourg	Fontaine	5863	5863	Fontaine	15	15	5
2 étoiles	Camping de l'Arche	Camping touristique	Luxembourg	Fontaine	5863	5863	Fontaine	15	15	5
2 étoiles	LE PASSAGE	Camping touristique	Luxembourg	Rochettes	5863	5863	Rochettes	28	28	9
2 étoiles	Enoparig	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	879	879	293
2 étoiles	LE TULRY	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	264	264	88
2 étoiles	Camping de la Cécoude	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	47	47	16
2 étoiles	Camping Plein Sud	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	119	119	39
2 étoiles	Camping Au Sources de Lucovet	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	147	147	49
2 étoiles	LE TROU D'OR	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	185	185	61
2 étoiles	LE MOULIN	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	30	30	10
2 étoiles	ANFEGG	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	52	52	17
2 étoiles	LE MOULIN	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	126	126	41
2 étoiles	LE MOULIN	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	365	365	115
2 étoiles	LE MOULIN	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	27	27	9
2 étoiles	Camping de la Vierge	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	42	42	14
2 étoiles	Camping d'Hubertine	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	139	139	46
2 étoiles	LE SAGITTIERE	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	248	248	82
2 étoiles	LA CANNIBRE	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	51	51	17
2 étoiles	LES MOULINS	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	41	41	14
2 étoiles	CHASSE ET BROSSE	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	24	24	8
2 étoiles	CAMPING DES SASSIS	Camping touristique	Luxembourg	SAINT-HUBERT	6070	6070	SAINT-HUBERT	9	9	3
2 étoiles	PRE DU BASON	Camping touristique	Luxembourg	Nassogne	6083	6083	Nassogne	135	135	45
2 étoiles	EAU ROUGE	Camping touristique	Luxembourg	Nassogne	6083	6083	Nassogne	60	60	20
2 étoiles	NORD DEUX BAUX	Camping touristique	Luxembourg	Trégny	6791	6791	Trégny	23	23	8
2 étoiles	LAUREN	Camping touristique	Luxembourg	Tourne	6791	6791	Tourne	153	153	51
2 étoiles	LAUREN	Camping touristique	Luxembourg	Tourne	6791	6791	Tourne	60	60	20
2 étoiles	CHAUX MASSIVAS	Camping touristique	Luxembourg	Wasseln	6850	6850	Wasseln	20	20	7
1 étoile	CAMPING de la Spinn	Camping touristique	Luxembourg	Wasseln	6850	6850	Wasseln	81	81	27
1 étoile	LES MOULINS	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	62	62	21
1 étoile	LES MOULINS	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	18	18	6
1 étoile	MONROE	Camping touristique	Luxembourg	Arbet	5177	5177	Arbet	54	54	18
1 étoile	HER DE HAZELLES S ERZEZ	Camping touristique	Luxembourg	Erdele	5863	5863	Erdele	33	33	11
1 étoile	Camping de la Vierge	Camping touristique	Luxembourg	Erdele	5863	5863	Erdele	51	51	17
1 étoile	DUPOURD	Camping touristique	Luxembourg	Grivy	6975	6975	Grivy	107	107	36
1 étoile	Camping Communal D'O	Camping touristique	Luxembourg	Pont-Celles	6989	6989	Pont-Celles	15	15	5
1 étoile	Camping de Boulevar	Camping touristique	Luxembourg	Verwell	6228	6228	Verwell	32	32	11
1 étoile	LES MOULINS	Camping touristique	Luxembourg	Verwell	6228	6228	Verwell	117	117	39
1 étoile	LES MOULINS	Camping touristique	Luxembourg	Verwell	6228	6228	Verwell	462	462	154
1 étoile	LE PRANAY	Camping touristique	Luxembourg	Bourla	5863	5863	Bourla	50	50	16
1 étoile	MOLIN DE LA VALZE	Camping touristique	Luxembourg	Bourla	5863	5863	Bourla	30	30	10
1 étoile	VELUX MOLIN	Camping touristique	Luxembourg	Bourla	5863	5863	Bourla	240	240	80
1 étoile	PARADISO	Camping touristique	Luxembourg	Dient	5500	5500	Dient	389	389	133
1 étoile	CAMPING LE VEDEIR	Camping touristique	Luxembourg	Dubuy	5500	5500	Dubuy	350	350	110
1 étoile	ROSA-RIVE	Camping touristique	Luxembourg	Dubuy	5500	5500	Dubuy	69	69	23
1 étoile	LES MOULINS	Camping touristique	Luxembourg	Dubuy	5500	5500	Dubuy	89	89	29
1 étoile	COMMUNAL DU PRESSOIS DE HAMOR	Camping touristique	Luxembourg	Erdele	5863	5863	Erdele	28	28	9
1 étoile	ROCHE DE LA VERGE	Camping touristique	Luxembourg	Hayel	5863	5863	Hayel	183	183	61
1 étoile	LA LOUE RESSE	Camping touristique	Luxembourg	Histoire	5545	5545	Histoire	21	21	7
1 étoile	CHATEAU DE ROSIN	Camping touristique	Luxembourg	Histoire	5545	5545	Histoire	33	33	11
1 étoile	BELLE MERSE	Camping touristique	Luxembourg	Houffalize	5500	5500	Houffalize	60	60	20
1 étoile	LES COCHONES	Camping touristique	Luxembourg	Houffalize	5500	5500	Houffalize	0	0	0
1 étoile	REMONT	Camping touristique	Luxembourg	Isleux	5565	5565	Isleux	5	5	1
1 étoile	CAMPING DU MOLIN	Camping touristique	Luxembourg	Isleux	5565	5565	Isleux	60	60	20
1 étoile	CHATEAU DE ROSIN	Camping touristique	Luxembourg	Isleux	5565	5565	Isleux	371	371	127
1 étoile	EAU VERTE	Camping touristique	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	169	169	63
1 étoile	CAMPAG COBIT	Camping touristique	Luxembourg	Maréchal	5863	5863	Maréchal	63	63	21
1 étoile	GRAND ETANG DE LA WOLGRIE	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	90	90	30
1 étoile	CAMPING DE MARCOURT	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	90	90	30
1 étoile	LES MONTS-ROSES	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	15	15	5
1 étoile	LES MOULINS	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	60	60	20
1 étoile	CAMPAG PALLIER	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	30	30	10
1 étoile	CHATEAU DE FAUTURE	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	20	20	7
1 étoile	CONFORT	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	15	15	5
1 étoile	LA MENERTE	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	31	31	10
1 étoile	ATENAULE PEIRON	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	16	16	5
1 étoile	LES CHARLLES	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	99	99	33
1 étoile	LES MOULINS	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	15	15	5
1 étoile	RECOURTEUR DE WIRAS	Camping touristique	Luxembourg	Orchey	5522	5522	Orchey	41	41	14

date de passage	10-juil	10-juil	11-juil	11-juil	12-juil	12-juil	12-juil	13-juil	13-juil
nom camping	LES MONTS ROSES	CAMPING VILLOTOILE	CAMPING LES POMMIERS RUSTIQUES	LA CASCADE DE JAUSSE	CAMPING DE LA LESSE	DOMAINE DE WACHIROCK	VAL DE L'AINSE	CAMPING LA MAYETTE	CAMPING PONT DE DEULIN
coordonnées	6470 SIVRY	5500 ANSEREME	DURNAL	FAUX LES TOMBES - GESVES	HOUYET	SAINT ODE	EREZEE Luxembourg	HOTTON	HOTTON
région	HAINAULT	NAMUR	NAMUR	NAMUR	NAMUR	Luxembourg		Luxembourg	Luxembourg
nom propriétaire	MThierry MICHAU	M et Mme MIGNOT	M CAPELLE	M et Mme LEMERCINIER	MADNET	Mme COLLIGNON		M ERMEN	M et Mme PUTZEYS
nb emplacements	206	270	143	365	154	150		125	50
dont résidents	60-70	70	80	218	54 saisonniers	120		100	0
dont passage		200	40 + 7 campings car + 5 empl groupes	environ 50 dont 5 campings car	100	30		25	50
dont locatifs		4 gérés par partenaire + 4 GITES DE GROUPE	10 mh (30 ans) + 3 insolites (POD + bulle)	insolites : 2 Pods + 2 bivouacs	3 caravanes personnelles	0	mobilhome roulottes tentes lodge sphair (bulles) tente supendue sheddie (=pod)	0	0
dont non exploités	135-145	270	0	150 environ	réduction (365)	0			0
classement camping	1	1	3		3	3	3	3	
points forts	situation "au bout du monde" vue et plans d'eau aide de l'office de tourisme locale	environnement boucle de la Lesse "cirque montagnoux" ancien corps de ferme avec gîtes, restaurant, bar, magasin partenaire commercial Mountain Network sanitaires ok mais vieillissants infrastructures ok	situation plein sud accès facile autoroute vue ouvert une bonne partie de l'année (fermeture janvier février) clientèle groupes à jour au niveau réglementation	2 zones bien distinctes "résidentiel" et passage bordure de rivière cadre bucolique du secteur passage restaurant de qualité (gastronomique)	bord de rivière piscine chauffée village touristique et dynamique activités touristiques	2 zones distinctes passage résidentiel étang de pêche pôle restauration de qualité aménagements propres et entretenus sanitaires en bon état	Zone très touristique équipement complet (piscine, bar, restaurant, jeux, sanitaires...) grand étang central animations	piscine récente, bord de rivière secteur touristique aménagements de qualité mobilhomes récents	Bord de rivière sanitaire neufs restaurant neuf zone groupe séparée
points faibles	clientèle exclusivement résidentielle mobilhomes résidents anciens (30 ans)	clientèle de passage difficile à commercialiser	pas de point d'eau pas de dynamisme commercial	Pas d'accueil de passage professionnel ne loge pas sur place accueil uniquement français dispersion des moyens (restaurant, buvette, camping...)	Bord de voie ferrée pas de possibilité de développer l'offre locative (zone rouge)	manque de personnel gestion concentrée sur la restauration pas de commercialisation	camping sans réelle identité	concurrence sur le secteur (7 campings - 1400 emplacements) presque totalité des emplacements résidentiels en zone rouge	pas d'hébergement locatif (zone rouge)
problématiques rencontrées	aucune transmise	souhaite céder, mais développer le potentiel pour mieux vendre problème gestion RH	a aujourd'hui une activité annexe, mais doit se recentrer sur le camping et développer afin d'en vivre	activité en baisse (résidents) faible activité en passage (pas rentable) pas assez d'activité touristique à proximité ? Manque de moyens (investissement et embauche) gestion des mauvais payeurs résultat déficitaire	réduction du nombre d'emplacement suite zone rouge dispose d'un terrain de stockage hivernal gros investissement depuis la reprise 815 000 €	difficulté de gérer l'ensemble du site ne peut pas embaucher à temps plein gestion des mauvais payeurs compréhension des lois		zone rouge = mauvais périmètre en recour avec l'administration zone rouge presque totalité	aucune - propriétaire depuis 1 an en totalité
Impact suite à la loi sur l'eau	aucun	en totalité zone inondable	aucun	zone rouge partie passage	totalité zone rouge	aucun			
Evolution souhaitée	pas de souhait	souhaite vendre	a mis en vente (cession 2/3 ans)	projet de transformation / vente arrêt du camping ?	a vendu mais difficulté avec bail emphytéotique et municipalité resterait gérant	développement du locatif mais embauche nécessaire		souhaite transformation PRL 75 camping + locatif	hébergement locatif - lodges
besoin d'accompagnement ?	pas de souhait	stratégie pour céder le site développer la clientèle de passage	manque de rentabilité passage et locatif développe booking depuis 2017 (ok) les insolites sont attrayants, mais pas les MH	Pas de souhait - projet en cours	Pas de souhait particulier aide pour assainir les relations avec la municipalité	développement du locatif		clarifier la réglementation	rien de précis

Les campings « fond gris » ont été visité en tant que « client mystère » - sans rencontre des exploitants

date de passage	14 au 15/07	15 au 16/07	17-juil	18-juil	18-juil	18-juil	19-juil	19-juil	20-juil	20-juil
nom camping	CAMPING DE BOUVIGNES	CAMPING LE PACHY	CAMPING CONFORT	CAMPING PARC LA CLUSURE leading campings - BESTCAMP	EUROPACAMP	ARDENNEN BESTCAMP BERTIX Luxembourg	SAINT REMACLE	Ile de FAIGNEUL	LE SAGGITAIRE	LE HERON
coordonnées	DINANT	FOSSES LA VILLE	bohan	BURE	saint hubert		cugnon BERTRIX	POUPEHAN	rochehaut	mouzaive
région	NAMUR	NAMUR	Luxembourg	Luxembourg	Luxembourg		Luxembourg	Luxembourg	Luxembourg	Luxembourg
nom propriétaire	municipal	privé	M ALLARD	Me et Mme JEHEE	M Shyns		m MARTIN	M BERKES	M GRANDFILS	M ALLARD
nb emplacements		320		440	200		100	130	144	
dont résidents		247	résidents	résidents	112		52		résidents 60	
dont passage		68 + 4 CAMPING CAR	saisonniers	saisonniers	89		48	130	saisonniers 25	
dont locatifs			0	plus de 150 mh et insolites	0	100 environ mh tentes bungalows chalets trappeurs	0 déjà essayé mais sans succès	4 bungalows, tente hut	2 tentes lodges	
dont non exploités			0		0		0	0	0	
classement camping	3	3	3	4,5	3	4	3	3	2	3
points forts	camping simple, passage er résident bord de rivière	piscine, restauration, lac zones identifiées	Bord de rivière village touristique activités touristiques à proximité développement suivi et entretenu zones bien identifiées	bord de rivière leading campings équipements complets	en pleine forêt activités estivales et hivernales plus de 15 Ha Bail emphytéotique 27 ans	équipement complet vrai centre de vie hébergement locatif récent pas de résidents	camping bord de rivière calme et simple pole restauration friterie bar	environnement " ile " camping simple passage pole restauration sanitaires ok	bord de rivière zones bien réparties restauration bar	bord de rivière plan d'eau zone tente sans voiture locatif tente belle zone de jeux neuve pole restauration
points faibles	voie ferrée en face, route accueil et entretien limité	pas de locatif, Pas de terminal CB zone passage = champ	Accès difficile camping en bout de route	camping néerlandophone exclusivement	ancien municipal à rénover totalement aire cc gratuite à saint hubert	exclusivement neerlandophone pas d'environnement particulier (vue nature...)	équipements de base gestion et installation de locatif rentabilité difficile mauvais payeurs recours cartographique en cours une partie du camping est aujourd'hui disponible pour locatif mais problème de "zone verte" architecte zone rouge en grande partie réaménagement progressif du camping, agrandissement des parcelles résidents locatif ? Suppression des anciennes caravanes vente dans peu de temps	pas d'équipements importants locatifs légers	sanitaires centrales à refaire équipements sommaires	reprise récente, des travaux à prévoir "épuration des résidents"
problématiques rencontrées Impact suite à la loi sur l'eau			160 Mh en zone rouge quid des terrains privés occupés par des mh totalité en zone rouge	aucun	remise en état, gros travaux réseaux assainissement à prévoir aucun	aucun	transformation complète du camping à la reprise - 2 ans sans revenus	en recours zone rouge atlas des hauteurs d'eau locatifs = courts séjours 2/3 nuits	zone rouge totale en recours	zone rouge en partie
Evolution souhaitée			intensifier le passage : comment faire ? pas proche des grands axes pas de transports projet piscine		augmentation de la saison, développement locatif insolite cabanes perchées tourné vers le luxe roulottes lodges/chalets luxe commercialisation packagé		pas de projet particulier vente prochainement	en recours zone rouge atlas des hauteurs d'eau	développement passage et locatif	
besoin d'accompagnement ?			simplification des règles sur le passage développement hébergement locatif interprétation analyse des chiffres		développement commercialisation, locatif		développement du locatif, rentabilité vente	pas identifié, aider les autres campings à transformer le résidentiel en saisonnier	formation commercialisation, développement locatif	développement locatif, commercialisation

Les campings « fond gris » ont été visité en tant que « client mystère » - sans rencontre des exploitants



Camping Confort



Domaine de Wachirock



Camping Le Pommier
Rustique



Camping Le Héron



Camping Saint Remacle



Camping Pont de Deulin



Camping Le Héron – zone campement sans véhicule



Lodge – Camping Sagittaire



Mobil homes résidentiels récents – camping La Mayette



Mobil home locatif – Le Pommier Rustique



Bivouac – La Cascade de Jausse



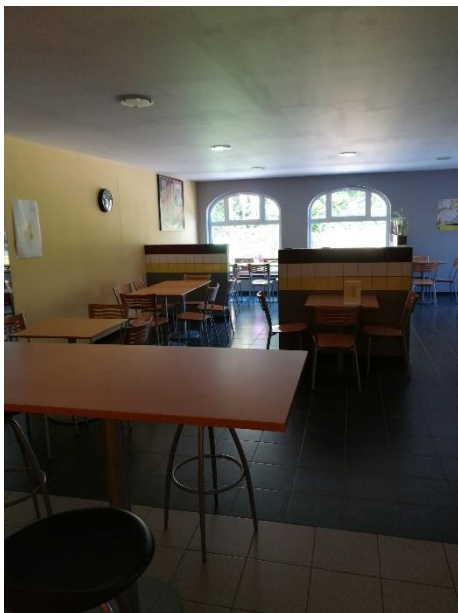
Sanitaire – Pont de Deulin



Sanitaire – camping confort



Piscine, tennis – camping de La Lesse



Friterie – Camping Saint Remacle



Restaurant – Domaine de Wachirock

HUTTOPIA

»» Le succès d'un concept fort



Huttopia est une entreprise de conception et d'exploitation de [campings villages](#) situés dans des espaces naturels sous deux marques : Huttopia et Camping Indigo. Elle opère ainsi dans le domaine de [l'écotourisme](#) en [France](#) et au [Canada](#). Huttopia est une **offre de vacances au vert** proposant des emplacements de campings et des hébergements en bois respectant [l'environnement](#). Les campings Huttopia sont **implantés dans des sites naturels**, en bordure de lac ou en forêt, en partenariat avec [l'Office national des forêts](#)(ONF).



La Démarche environnementale

Les sites Huttopia sont étudiés pour pouvoir être rendus à la nature.

Les infrastructures présentes sur les sites Huttopia sont construites en bois brut provenant de forêts françaises, le cœur du [Sapin de Douglas](#). Il est naturellement imputrescible ce qui dispense de le traiter.

Les hébergements sont eux aussi conçus en bois non traité et sont montés sur pilotis ou sur roues pour ne pas abîmer le sol.

Les emplacements situés en forêt sont interdits aux véhicules motorisés, et la circulation est limitée sur la majorité des campings.

Une [piscine biologique](#) a été mise en place sur les sites de Rambouillet et Senonches. A l'encontre des piscines avec chlore, la filtration se fait par un bassin de plantes aquatiques et de minerais spéciaux

Une gestion des ressources pour limiter la consommation d'eau et d'énergie.

Le concept ?

« Le concept est à cheval entre le camping et la chambre d'hôte » dit Céline Bossanne cofondatrice d'Huttopia « On séjourne dans des habitats éco-conçus, en bois non traité et en toile, légers, démontables et déplaçables. Montés sur pilotis (ou sur roues pour les roulottes), ils respectent le caractère des sols, sans les abîmer »



VACALIANS - GROUP

»» Un groupe intégré



#1 en nombre de destinations et d'emplacements



#2 en ventes de mobil-homes



#2 Tour Operateur au Royaume-Uni



#1 sur le segment naturiste en Europe



#1 centrale de référencement pour les professionnels de l'HPA



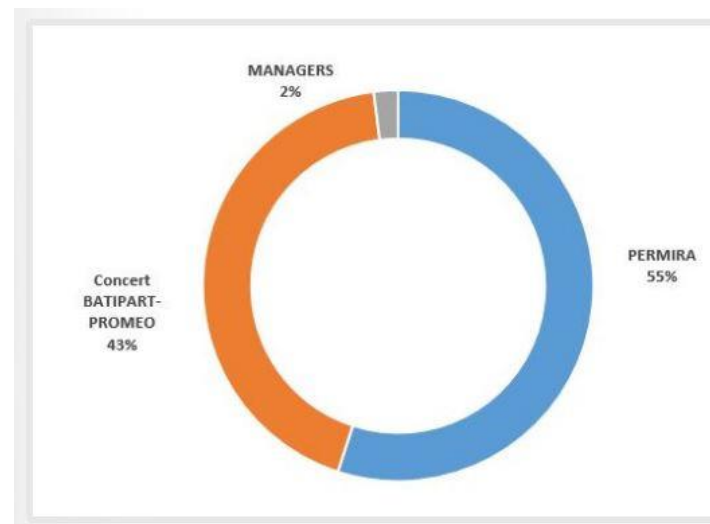
#1 Tour Operateur basse saison européen

En 2012, regroupement des marques Village Center et Vacances directes.

Rachat de Canvas en 2015

Aujourd'hui 48 campings TOHAPI

Actionnariat



SIBLU

»» La vente d'hébergements comme levier



ACHETEZ VOTRE MOBIL HOME

ET DEVEZ PROPRIÉTAIRE SIBLU

- 1 N°1 dans la vente de mobil homes sur emplacement depuis 36 ans
- 2 Des équipes professionnelles et spécialisées à votre écoute
- 3 8000 propriétaires ont déjà fait confiance à Siblu et profitent d'avantages toute l'année



RÉSERVEZ VOS VACANCES

EN CAMPING HAUT DE GAMME

- 1 17 destinations dans les plus belles régions de France pour des vacances bord de mer ou nature
- 2 Arrivées et départs possibles le mercredi et le samedi en été au Bois Dormant (St Jean de Monts) et au Domaine de Kerlann (Bretagne)
- 3 La vie facile avec des activités pour tous les âges et de nombreux services sur place

CHRONOLOGIE

1975 : Sous le nom de Freshfields (Groupe Rank), l'activité vente de vacances débute en France. Ensuite connu sous la marque Haven (Eurovacs), Siblu ne deviendra Siblu qu'en 2006.
1980 : L'activité vente de mobil homes débute sur le camping du groupe
1981 : Acquisition des Charmettes et du Lac des Rêves
1995 : Acquisition du Domaine de Kerlann
1998 : Acquisition du Bois Masson et du Bois Dormant
1999 : Acquisition de la Carabasse, la Pignade et la Réserve
2006 : La marque Siblu est lancée
2007 : Acquisition des Pierres Couchées, du Domaine de Dugny, du Domaine de Litteau et du Montourey
2008 : Acquisition de Bonne Anse Plage et des Sables du Midi
2012 : Acquisition des Rives de Condrieu
2016 : Acquisition du Domaine de Soulac
2017 : Acquisition des Dunes de Contis

Aujourd'hui 91 % de mobil home résidentiels
CA de 100 M€ en 2016
avec la vente de MH (20 M€ de locations)

SANDAYA

»» Le haut de gamme



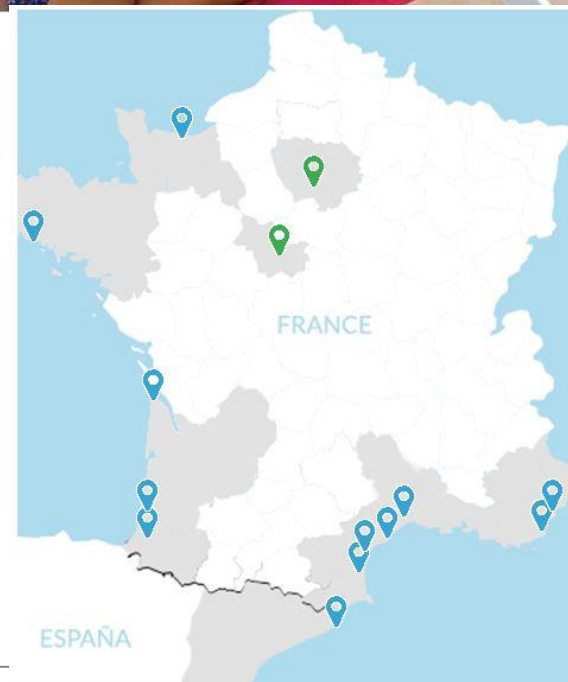
Sandaya, Campings 4 et 5 étoiles en France et en Espagne

Nos campings vous ressemblent !



2 créateurs en 2010, des nombreuses levées de fonds auprès d'actionnaires variés :

- Apax Partners
- BPI
- Société générale
- Arkea
- Sofival



SEASONOVA

- »» Le développement par les campings publics





Groupe familial créé en 2010,

Développement par la gestion de
campings publics en Délégation
de Service Public



VILLAGE WESTERN

»» Un « camping-resort » thématique



Camping & Horse Resort



Faites voyager votre imaginaire

La décoration et l'architecture (scénographie) thématisées western, qui évoluent chaque année, confèrent au Village Western un caractère unique et homogène :
tous les bâtiments y répondent esthétiquement,
toutes les activités y répondent pédagogiquement,
tous les objets de décoration y répondent historiquement,
toute l'activité cheval y répond symboliquement...



POUR VOUS DIVERTIR
LE DANCE HALL



POUR VOUS RESTAURER
LA PIZZERIA



POUR VOUS DÉTENDRE
LA PISCINE

RESIDENCES MOBILES DE LOISIRS ou MOBILHOME



HABITATIONS LEGERES DE LOISIRS



LES HEBERGEMENTS HYBRIDES : HLL ou RML ?





Une Assistance à Maîtrise d’Ouvrage proposée par Hervé BIGNON



Sociétés de conseil et de formation
en Tourisme - Hôtellerie – Restauration
au service des hommes, des entreprises et des territoires
par le développement durable

