

OBJECTIFS

Au-delà de l'investissement, la création d'une aire publique motorhome demande un suivi important de la part des collectivités. En effet, les dysfonctionnements dans la gestion sont propices à l'insatisfaction des motorhomistes et ont un écho majeur dans les forums.

Plusieurs solutions de gestion et de développement ont vu le jour ces dernières années.

Cette fiche apporte des éléments d'analyse et compare les 4 points suivants : le modèle économique (retombées)/ la mise en marché / la rôle de la collectivité / la politique d'accueil

PRINCIPES D'ACCUEIL

L'ACCUEIL DANS UNE AIRE EN CAMPING

PRINCIPES GÉNÉRAUX

Ce type d'accueil est attendu par une partie des motorhomistes qui souhaitent bénéficier de services complémentaires à ceux dédiés aux motorhomes (restauration, baignade, sanitaires et douches). La pratique de plus en plus importante des voyages en van avec moins d'autonomie qu'un motorhome tend à développer les attentes en services connexes.

SERVICES PROPOSÉS

- Bornes de service : eau, électricité, vidange et wifi
- Accès sécurisé 24h/24h (selon les campings)
- La durée de l'accueil est sans limite

RÉSERVATION

- Réservations possibles via en ligne ou téléphone

POLITIQUE TARIFAIRE

- L'accès à l'aire est payant mais les services sont inclus
- En moyenne 18€/ 24h/motorhome

MISE EN MARCHÉ

- La mise en marché est menée par le camping dans le cadre de son activité globale d'accueil et de séjour
 - Promotion Internet
 - Animation de son fichier client
 - Signalétique sur l'aire
 - Outils de communication à ses couleurs

=> Visibilité et promotion travaillées dans le cadre des actions de la fédération

PRINCIPES ÉCONOMIQUESHYPOTHÈSES DE FRÉQUENTATION

- En moyenne 8 emplacements par camping
- Taux d'occupation moyen de 40% sur l'exploitation (264 jours)
- Fréquentation : 2280 nuitées/an pour 845 motorhomes

RECETTES ANNUELLES ESTIMÉES = 26 020€ TTC

- Coût de l'emplacement/nuit : 15 210€
- CA restaurant/snack camping: 9120 €
- CA lave-linge : 1690 €

CHARGES ANNUELLES ESTIMÉES = 9083€ TTC

- Charges d'investissement (10 ans d'amortissement)
 - Création dont équipement (après subsides) 22 000€ HT soit 2200€HT/an
 - Frais bancaires : taux fixe 1% soit 93€TTC/an d'intérêt
- Charges de fonctionnement
 - Ordures ménagères : intégrées camping (éco. échelle)
 - Coût électricité : 150€/an
 - Coût eau : 250€/an
 - Coût Wifi : intégrés camping (éco. échelle)
 - Coût entretien : intégrés camping (éco. échelle)
 - Coût accueil et promotion : intégrés camping (éco. échelle)
 - Charges restauration : 5928€/an (base 35% marge)

=> Un EBE évalué à **16940€ TTC**

=> Dépenses commerces locaux (hors producteurs) **11400€ TTC**

- Hypothèse à 5€ TTC/ nuitée
- Conditions : commerces et bonne localisation de l'aire

PRINCIPES D'INTERVENTIONPLACE DE LA COLLECTIVITÉ

=> Coût investissement +/- 5000€HT (signalétique)

PLACE DE LA MAISON DU TOURISME ET OFFICE DU TOURISME

- Accueil et animation
- Travail en réseau

=> Un schéma d'accueil est conseillé

EN RÉSUMÉ

MISE EN PERSPECTIVE ÉCONOMIQUE DES DIFFÉRENTS MODÈLES

	Réseau volontaire Producteurs	Aire publique en gestion directe	Aire publique gestion type Camping Car Park	Accueil en camping privé
Taille moyenne de l'aire en nombre d'emplacements	5 places	12 places	20 places	8 places
Niveau de fréquentation de l'aire (nuitées/an)	< 1 000 nuitées	Entre 1 000 et 5 000 nuitées	Entre 5 000 et 10 000 nuitées	Entre 1 000 et 5 000 nuitées
Importance de l'investissement pour la collectivité	faible	fort	très fort	faible
Niveau d'équilibre des recettes/charges	bon	fragile	très bon	très bon si économie d'échelle
Retour sur Investissement	NC	> 30 ans	Entre 5 et 7 ans	< 3 ans
Importance des dépenses chez les commerçants locaux	faible	fort	très fort	moyen
Effet levier le investissement public sur l'économie locale	Rapport de 1 à 10	Rapport de 1 à 9	Rapport de 1 à 11	Rapport de 1 à 52

A RETENIR

Il n'existe pas de solution idéale «prête à l'emploi».

Le choix de la gestion et du type d'aire s'établit en fonction du contexte local (tissu commercial) et partenarial.

Les paramètres qui doivent guider la réflexion :

- La taille de l'aire
- Les ambitions en matière de retombées
- La capacité locale à gérer la mise en marché



Lecture de l'effet levier dans le cadre d'un réseau d'accueil volontaire : «Pour 1€ investit par la collectivité locale (hors subside région), 9€ sont dépensés en parallèle dans l'économie locale

MISE EN PERSPECTIVE EN MATIÈRE DE MISE EN MARCHÉ ET DE GESTION

	Réseau volontaire Producteurs	Aire publique en gestion directe	Aire publique gestion type Camping Car Park	Accueil en camping privé
Degrés de mise en réseau de l'aire	très fort	faible	fort	moyen
Besoin d'implication de l'OT / MT dans la promotion de l'aire	faible	très fort	faible	moyen
Niveau d'implication de la collectivité dans la gestion de l'aire	nul	très fort	fort	nul
Qualité d'accueil (services et contact humain)	fort	selon politique locale	selon politique locale	très fort
Rôle de la collectivité	Soutien	Investissement Gestion Promotion Animation	Investissement Gestion	Soutien