

## 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 GRATUITE AVEC SERVICES PAYANTS EN GESTION DIRECTE PAR LA COLLECTIVITÉ

PRINCIPES GÉNÉRAUX

Ce type d'accueil est aujourd'hui l'un des plus répandus en Wallonie.

Appuyées par le S.I.A.M depuis 2007, les collectivités ont largement investi pour offrir ce type d'accueil

SERVICES PROPOSÉS

- Bornes de service : eau, électricité, vidange et wifi
- En moyenne 12 emplacements
- La durée de l'accueil est de 24h à 48h

RÉSERVATION

- Réservations ne sont pas possibles

POLITIQUE TARIFAIRE

- L'accès à l'aire est gratuit mais les services sont payants
- Jetons : 2€ pour 100l d'eau et 2€ pour 1h d'électricité
- Environ 8€ à 10€/ motorhome par nuit
- Les prix moyens s'établissent entre 8 et 14€ en Wallonie

MISE EN MARCHÉ

- La mise en marché est menée par la collectivité et/ou par l'office de Tourisme en charge de :
  - Panneaux et outils de signalétique
  - Présence de l'aire sur les forums
  - Vérification de la présence sur les éditions WBT

=> Visibilité et promotion à construire

=> Mise en réseau à travailler au niveau régional mais aussi local

=> Une action volontariste à mener ou une posture «au fil de l'eau» à externaliser aux forums (sans maîtrise de l'information)

PRINCIPES ÉCONOMIQUESHYPOTHÈSES DE FRÉQUENTATION

- En moyenne 12 emplacements par site d'accueil
- Taux d'occupation moyen de 30% sur 365 jours
- Fréquentation : 3285 nuitées/an pour 1314 motorhomes

RECETTES ANNUELLES ESTIMÉES = 7884€ TTC

- Coût de l'emplacement/nuit : 0€
- Dépenses en services : 7884€/motorhomes (conso = 60%)

CHARGES ANNUELLES ESTIMÉES = 9000€ TTC

Charges d'investissement (10 ans d'amortissement)

- Création dont équipements (après subsides) 32 000€ HT = 3200€HT/an
- Frais bancaires : taux fixe 1% soit 136€TTC/an intérêt

Charges de fonctionnement

- Ordures ménagères : 500€/an
- Coût électricité : 200€/an
- Coût eau : 350€/an
- Coût Wifi : 300€/an
- Coût entretien : 0,15ETP/an - 3800€/an chargé

=> Un EBE évalué à - 1116€ TTC

=> Dépenses commerces locaux (hors producteurs) 41000€ TTC

- Hypothèse à 10€ TTC/ nuitée
- Conditions : commerces et bonne localisation de l'aire

PRINCIPES D'INTERVENTIONPLACE DE LA COLLECTIVITÉ

- Investit et aménage l'aire
- Equipe l'aire avec les services
- Communique et signale l'aire
- Entretien l'aire
- Réinvestit +/- 7 ans

=> Rôle majeur

=> Coût investissement +/- 38500€HT (aménagement+ signalétique)

=> Coût investissement > 40 ans activité

PLACE DE LA MAISON DU TOURISME ET OFFICE DU TOURISME

- Accueil et animation
- Gestion
- Promotion

=> Un schéma d'accueil est fortement conseillé dans les sites connaissant de forts comportements de visite à la journée (attractions).

#### 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