

ÉDITION PRINTEMPS 2021

Le Monde ACSI est une publication semestrielle du spécialiste incontesté du camping en Europe. Dans cette édition, nous revenons évidemment sur la situation complexe du secteur du camping en raison de la pandémie du coronavirus, mais aussi sur les opportunités que cela représente. À ce propos, nous donnons la parole à des propriétaires de camping en Europe, montrons des chiffres, présentons nos actualités sur notre partenariat avec camping.info et donnons quelques conseils pour rédiger une belle présentation de votre camping.

PARTENARIAT ACSI ET CAMPING.INFO

Les citoyens européens règlent de plus en plus leurs affaires en ligne. Les deux plus grandes plateformes européennes de camping, ACSI et camping.info, unissent leurs forces pour créer un système de réservation commun à toute l'Europe pour le secteur du camping.

► Lisez notre article en [page 2](#)

CAMPING-CAR ET CARAVANE : LES VENTES EXPLOSENT

Pendant la pandémie, de nombreux vacanciers ont découvert ou redécouvert les avantages d'un séjour au camping. Les chiffres des ventes de camping-cars et de caravanes en Europe reflètent bien cette tendance.

► Lisez notre article en [page 5](#)

LES CAMPINGS NOUS RACONTENT 2020 ET LEURS PERSPECTIVES

ACSI a interrogé des campings de toute l'Europe concernant leur ressenti de l'année écoulée et leurs perspectives pour l'avenir.

► Lisez notre article en [page 6-11](#)

L'IMPORTANCE D'UN BON MARKETING

Le spécialiste allemand du marketing spécifique aux campings, Hannes Müller, nous donne des conseils sur le positionnement de votre camping en tant que marque.

► Lisez notre article en [page 12](#)

L'ÉQUILIBRE ENTRE HOMME ET ORDINATEURS

Même en cas de réservation en ligne, la possibilité d'avoir un contact humain doit rester possible. Des enquêtes ont montré que les clients y attachent beaucoup d'importance.

► Lisez notre article en [page 13](#)

LES DESTINATIONS DE CAMPING EN IMAGES

En 2020, la Carinthie, une région autrichienne, a saisi sa chance de bâtir son image de destination de camping par le biais d'ACSI FreeLife TestTour.

► Lisez notre article en [page 14 et 15](#)

Une collaboration européenne bienvenue pour l'avenir du tourisme en Europe

ACSI et camping.info main dans la main pour les réservations

Pour de nombreux campings, 2020 a été une année à oublier. Le tourisme européen a subi un coup de massue qui se fait encore sentir dans de nombreux pays. Par ailleurs, les campeurs ont hâte de repartir en vacances, dans leur propre pays ou à l'étranger. Outre la vaccination et les mesures sanitaires strictes, la collaboration européenne joue un rôle très important. Jusqu'à présent, ce sont surtout la collaboration et la cohérence au niveau européen qui font défaut. Si l'on peut retenir une leçon de cette crise sanitaire, c'est que la collaboration est cruciale.

Le campeur veut pouvoir facilement réserver en ligne

Résoudre des problèmes ensemble, c'est la raison pour laquelle deux des plus grandes plateformes européennes de camping travaillent main dans la main. ACSI et camping.info unissent leurs forces pour que les campings soient disponibles à la réservation avec un seul contrat pour des dizaines de millions de campeurs en Europe.

Ensemble, ces deux entreprises familiales aspirent à créer un système de réservation adapté et

sincère pour tous les campings d'Europe. Comment ? Étape par étape, sans grandes promesses. Par le biais d'ACSI ou de camping.info, un camping peut gérer la disponibilité pour la réservation en ligne. Les campings peuvent également s'adapter de manière flexible aux besoins changeants des campeurs. Une toute nouvelle génération de campeurs arrive et a l'habitude de tout faire en ligne. Cette génération veut organiser ses vacances facilement et rapidement. La réservation en ligne est un point clé de cette tendance.



La parole à deux gérants d'une entreprise familiale active par tradition dans le camping
Ramon van Reine, d'ACSI, et Maximilian Möhrle, de cam-

ping.info, racontent en détails en page 2 leurs motivations pour la création d'un partenariat entre deux concurrents.

► suite en [page 2](#)

Le passe sanitaire européen doit redonner le feu vert au tourisme

Un passeport sanitaire pour l'Europe

Le passe sanitaire COVID-19 doit rendre à nouveau possible le tourisme en Europe.

Ce certificat de voyage, aussi appelé passeport sanitaire, est très simple. Si vous êtes vacciné, guéri du coronavirus ou testé négatif au coronavirus, vous pouvez créer un QR Code qui vous servira de certificat. Ce QR Code sera scanné pour vérification. Ce contrôle est possible aux frontières, mais aussi à l'entrée de parcs d'attractions, de restaurants et de campings.

Qu'implique le passeport sanitaire pour vous ?

En tant que propriétaire de camping, votre capacité et obligation à scanner des QR Codes dépend de la réglementation de votre pays. La réglementation locale vous impose un contrôle des vacanciers ? Dans ce cas, vous pouvez scanner vous-même le QR Code avec un smartphone ou une tablette. Le certificat Covid-19 européen garantit que cette procédure respecte le règlement général sur la protection des données.

Le certificat COVID-19 européen est sécurisé

Le QR Code indique seulement si la personne peut voyager, mais pas la raison qui l'y autorise.

Vous ne verrez jamais quelle condition de voyage une personne remplit. Vous ne pouvez pas non plus le demander, parce qu'il s'agit d'une information

médicale. Outre le QR Code, vous verrez uniquement le nom et la date de naissance de la personne pour pouvoir contrôler son identité.



ACSI et camping.info unissent leurs forces

ACSI camping.info Booking sera lancé à la mi-mai



Maximilian Möhrle (à gauche) et Ramon van Reine (à droite).

Les deux plus grands acteurs du marché du camping en Europe, ACSI et camping.info, unissent leurs forces en lançant ACSI camping.info Booking. Grâce à cette initiative, un seul contrat permettra aux campings d'être enregistrés auprès des deux plus grandes plate-

formes de réservation d'Europe. Ensemble, elles comptabilisent près de quarante millions de visiteurs.

Les deux entreprises sont des acteurs majeurs du secteur du camping. Depuis des années déjà, elles offrent aux cam-

peurs la possibilité de trouver et de réserver un camping en ligne. ACSI accompagne les campeurs dans toute l'Europe grâce à Eurocampings.eu, CampingCard.com et les applis correspondantes. Camping.info est la plus importante plateforme de camping sur le marché germanophone. Par le biais de ce partenariat, les deux entreprises ont voulu trouver un moyen de faciliter la vie des campings en permettant facilement à un grand groupe de campeurs de réserver chez eux.

Une évolution logique

Des concurrents qui finissent par travailler ensemble, une situation assez rare, mais pour le PDG d'ACSI, Ramon van Reine et le PDG de camping.info Maximilian Möhrle, une évolution logique. « Nous souhaitons travailler ensemble sur les questions pour lesquelles nous pouvons trouver des réponses. Nous pourrions ainsi offrir un meilleur service au camping mais aussi au campeur », explique Maximilian. Ramon : « J'ai rencontré Maximilian pour la première fois lors d'un congrès sur le camping dans le Nord de l'Allemagne. Il avait fait une présentation sur la réservation en ligne des campings. Il a com-

mencé par demander au public qui séjournait à l'hôtel ce soir-là. Tout le monde a levé la main. Il a ensuite demandé qui avait réservé en ligne. À nouveau, tout le

ajoute Maximilian. Ramon : « Nous mettons en commun nos connaissances sur le développement de logiciels et travaillons sur une plateforme qui tournera sur les deux canaux. Nous pourrions ainsi rapidement nous développer et enregistrer le plus de campings possible sur la plateforme. On pourrait comparer cela à l'industrie automobile, dans laquelle ils disposent également d'une grande plateforme pour plusieurs marques de voiture. Des marques concurrentes auprès des consommateurs, ce qui sera aussi le cas d'ACSI et de camping.info auprès des campeurs. »

Max Camping

Camping.info a été créée en 2006 par un Autrichien, Erwin Oberascher. Il a imaginé une plateforme de camping comparable à Tripadvisor pour les restaurants. Les informations des campings comprenaient des renseignements et des avis des campeurs eux-mêmes. Maximilian Möhrle a ensuite lancé en 2015 la plateforme de réservation en ligne Max Camping, surtout orientée vers les campings d'Allemagne. « Ce n'était pas facile, parce que j'ai découvert que les campings disposaient rarement d'une bonne infrastructure technique pour la réservation en ligne. Par ailleurs, les propriétaires de campings

Maximilian Möhrle, PDG de Camping.info :

« En tant qu'entreprise familiale, nous avons une vision différente : la stabilité pour l'avenir »

5 avantages de la collaboration entre ACSI et camping.info :

1. Un seul contrat pour être disponible à la réservation auprès des leaders européens du marché (avec une orientation plus poussée pour les campeurs Néerlandais et Allemands)
2. Pas de campagne Google Ads au nom de votre camping
3. Les nouveaux campeurs découvrent votre établissement
4. Par des entrepreneurs pour des entrepreneurs
5. Lié à votre PMS ou channel manager



camping.info

Booking

monde a levé la main. Il a ensuite demandé pourquoi donc les campings ne peuvent pas encore être réservés en ligne. Il avait captivé l'attention de tous. J'étais très impressionné et j'ai tout de suite voulu discuter avec lui. »

Industrie automobile

Et c'est ce qui s'est produit. Maximilian et Ramon ont discuté à de nombreuses reprises. « Nous nous sommes tout de suite bien entendu. Je voulais connaître la position de Ramon sur le marché du camping. D'un point de vue européen, ACSI est chef de file du marché, donc une entreprise à prendre au sérieux. À un moment donné, j'ai fait part de mon souhait de créer un partenariat »,

redoutaient les commissions et avaient déjà entendu les retours négatifs des hôtels à propos de Booking.com. » Ces défis n'ont pas arrêté Maximilian dans son ambition de proposer la réservation en ligne dans le plus de campings possible. C'est ainsi qu'en 2018, lui et le PDG de Truma, Alexander Wottrich, ont repris camping.info. « Des mises à niveau techniques étaient nécessaires et il était compliqué de trouver des développeurs. Nous l'avons malgré tout réinventée et modernisée pour en faire ce qu'elle est aujourd'hui. »

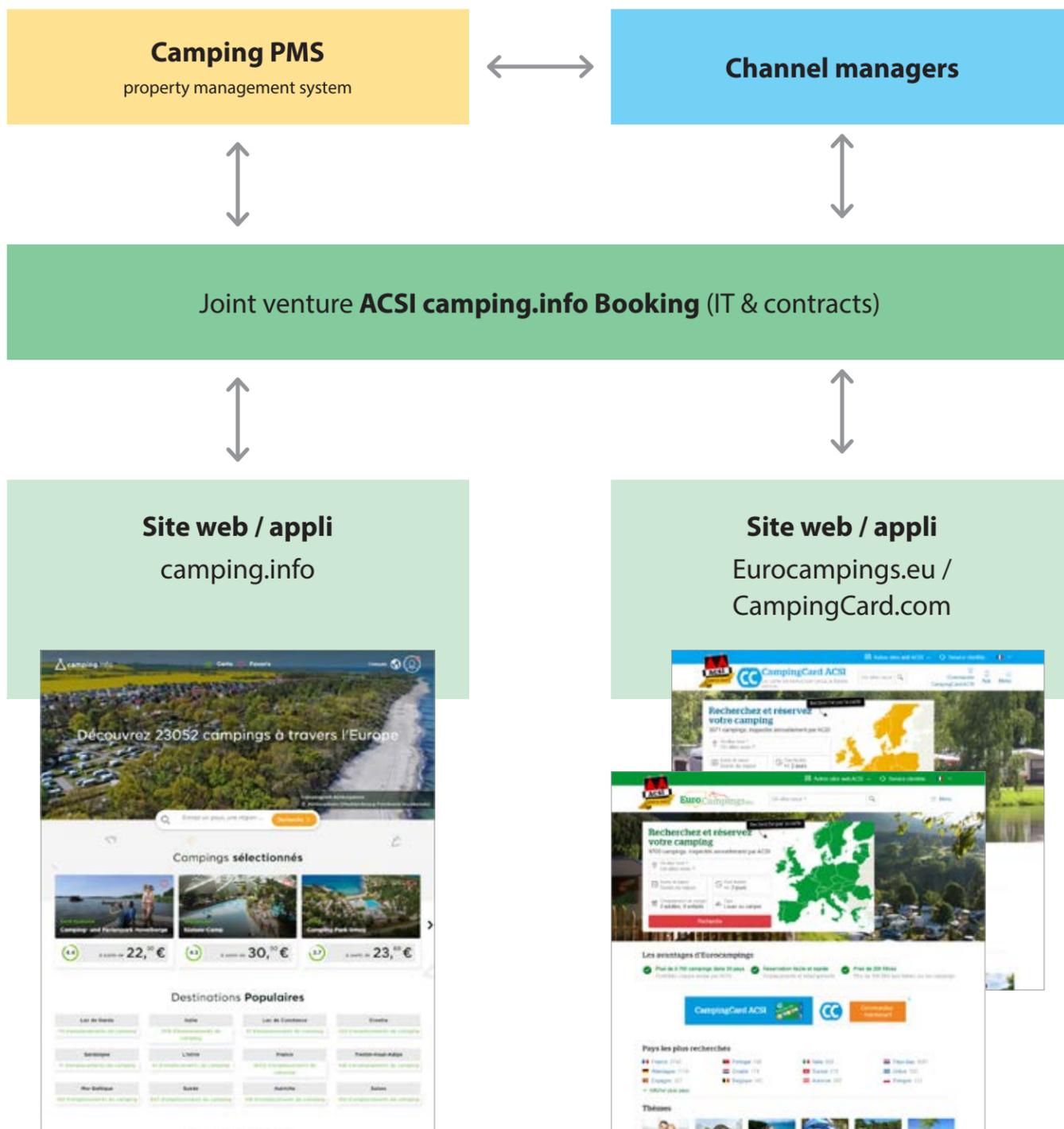
56 ans d'expérience

ACSI existe depuis 1965 et a été fondée par Ed van Reine,

le père du PDG actuel, Ramon van Reine. Très vite, ACSI s'est mise à l'heure d'Internet. En 1998 déjà, une première version d'Eurocampings.eu voyait le jour en 4 langues. Depuis, la plateforme propose des informations détaillées sur pas moins de 9 700 campings européens et dans 14 langues. Ces informations sont recueillies par les inspecteurs qui contrôlent chaque année les campings. « C'est notre force. Et cela le restera », confie Ramon. Depuis 2016, les campeurs peuvent réserver un emplacement de camping ou un hébergement directement sur Eurocampings.eu. Ramon nous explique ce partenariat : « Chaque entreprise a quelque chose à offrir aux autres et cette entraide est très équilibrée. Sur le plan des logiciels, nous nous complétons parfaitement. En les développant ensemble, nous pouvons aller deux fois plus loin sur le développement et sur l'offre de campings que si nous travaillions tous chacun de notre côté. Ainsi, le Property Management System est utile à tous. »

Accompagner les campings

D'après Maximilian, le succès de cette collaboration réside surtout dans l'ouverture d'esprit des deux entrepreneurs. « Notre objectif n'est pas d'être le meilleur, mais de travailler ensemble, étape par étape, avec les campings et de nous renforcer l'un l'autre. Nous partageons la même vision. Notre ambition est d'offrir le meilleur service possible aux campings. Accompagner les campings. » « Et aussi de proposer le plus grand nombre de campings à la réservation », ajoute Ramon. Maximilian : « Nous faisons gagner beaucoup de temps aux campings. Prenons l'exemple d'un(e) réceptionniste, à qui l'on pose toujours les mêmes questions par téléphone. Au minimum



Tourné vers l'avenir

Autre explication à ce succès : ACSI et camping.info sont toutes les deux des entreprises familiales. « Je suis issu d'une entreprise familiale et mon partenaire

sur leur établissement », explique Maximilian. « Nous avons tous les deux des dizaines d'années d'expérience, chacun à notre façon. Max a un camping-car et moi, je voyage en famille avec une caravane », précise Ramon.

Service

Les deux entreprises cherchent souvent à identifier les besoins des campings, mais même sans cela, les deux PDG rencontrent souvent les campings de toute l'Europe. Pour eux, cette attention au service va de soi. « Nous ne voulons surtout pas abuser de la confiance que nous accordons aux campings. Ni les rendre dépendants de nous. Notre volonté est simplement d'offrir un service plus rapide aux campings, et pas seulement quand ils ont besoin de nous », souligne Ramon.

Partenaires de confiance

Maximilian est convaincu que de nombreux campings seront ravis de ce partenariat. « Peut-être ont-ils un peu peur de ce développement aujourd'hui, mais nous souhaitons être encore là dans dix ans, et cela passe par une collaboration sincère avec les campings. Nous ne travaillons

d'ailleurs qu'avec les campings qui ont choisi d'offrir la réservation via nos sites web, donc vous ne trouverez pas, par exemple, de Booking.com sur nos sites web. ACSI et camping.info sont deux entreprises privées. C'est notre force. Les campings trouveront en Ramon et en moi des partenaires de confiance qui ont une longue expérience du secteur. Ensemble, nous offrons la plus grande portée en Europe, c'est-à-dire une formidable opportunité pour un camping. »

Ramon ajoute : « Nous n'allons pas faire la publicité du camping sur Google. Les campeurs qui

pond le mieux dans une région donnée. Le campeur n'a ainsi plus qu'à choisir et à réserver directement. »

Comment cela fonctionne

Les campings qui ont déjà un contrat avec l'une des entreprises n'ont rien de plus à faire. Ce contrat est automatiquement transféré à ACSI camping.info Booking. Les campings qui n'ont pas encore de contrat sont bien entendu les bienvenus. La plateforme sera lancée à la mi-mai. Ramon : « Les campings ont déjà reçu de plus amples informations sur ce partenariat par email. »

Ramon van Reine, PDG d'ACSI :

« Notre but est de proposer le plus grand nombre de campings à la réservation »

« Avec un seul contrat, un camping peut atteindre 40 millions de visiteurs »

une question sur la disponibilité à certaines périodes. Nous pouvons répondre à toutes ces questions sur un environnement de réservation facile d'utilisation. Si l'on comptabilise toutes les heures passées au téléphone sur une année et que l'on en calcule le coût, la commission ne paraît plus si élevée. Le temps gagné peut alors être utilisé au contact social avec les campeurs ou encore à l'amélioration du service, qui sont impossibles à faire sur ordinateur. Être enregistré sur l'un de nos canaux de réservation n'offre pas seulement un canal marketing, mais aussi un système de gestion. »

Alexander aussi. Cette position offre une autre perspective. Notre regard n'est pas tourné vers le court terme, parce que toutes nos actions ont des conséquences pour la génération d'après. Notre objectif est de tout organiser pour la génération suivante, nos choix ont donc une portée à long terme. Nos décisions ne peuvent pas uniquement être motivées par les bénéfices ou par les avantages, mais doivent l'être aussi par la stabilité à long terme. C'est pour cela que je suis convaincu que travailler dans le secteur du camping nous correspond, puisque de nombreux campings sont également des entreprises familiales. Ils ont la même vision que nous

connaissent déjà le camping réservent directement auprès du camping. Nous ne souhaitons pas interférer dans cette relation. Nous voulons simplement aider les autres campeurs à trouver le camping qui leur corres-

Maximilian, confiant, conclut : « Notre système est déjà ce que le marché a de mieux à offrir et ne fera que s'améliorer ! »

Différences importantes dans le nombre de nuitées

Les chiffres de 2020



Camping Estanyet en Espagne

Pour le secteur du tourisme, l'année 2020 aura également été placée sous le signe du coronavirus. Les propriétaires de camping ont dû faire une croix sur le printemps et ont retenu leur souffle en attendant de savoir ce que leur réserveraient la haute saison et l'automne. Les portes des campings ont finalement pu rouvrir, mais la grande question était de savoir si les campeurs seraient au rendez-vous.

Le nombre de nuitées apporte la réponse à cette question. Les campeurs sont venus. Parfois en très grand nombre, mais le plus souvent, en nombre limité. Quasiment aucun pays n'a enregistré de meilleurs chiffres que ceux de 2019. Néanmoins, en Europe, et parfois dans certaines régions spécifiques, nous avons constaté d'importantes différences. En comparaison avec les hôtels et les hébergements de groupes, le secteur du tourisme s'en sort plutôt bien.

Pays-Bas : -4 %.

L'office néerlandais de statistiques, le CBS, a estimé une baisse de 30 % des nuitées aux Pays-Bas en 2020 par rapport à 2019. Les campings s'en tirent donc relativement bien avec une baisse de 4 %. En 2020, les campings des Pays-Bas ont enregistré 21 millions de nuitées. Le nombre de nuitées des Néerlandais dans leur propre pays a par ailleurs augmenté de 10 %. Cette augmentation n'a toutefois pas été suffisante pour compenser la dégringolade des nuitées de touristes étrangers (-42 %).

Importantes différences en Allemagne

L'Allemagne a connu une situation semblable à celle des Pays-Bas. Le nombre de nuitées en camping a atteint 34 millions, soit seulement 5 % de moins qu'en 2019, année record. Là aussi, les campeurs locaux ont sauvé la saison. Les 32 millions de nuitées de ces campeurs dans leur propre pays a même brisé un nouveau record, tandis que les 2,2 millions de nuitées de touristes étrangers atteignent ainsi un niveau historiquement bas. Pourtant, force est de constater qu'il existe de nombreuses différences entre les régions. Les Lands du nord, comme la Saxe-Anhalt (+24,9 %) et Mecklembourg-Poméranie-Occidentale (+10,8 %) ont tiré leur épingle du jeu, alors que la Sarre (-22,6 %), Thuringe (-15,1 %) et Bade-Wurtemberg (-15 %) ont subi la crise de plein fouet.

Chute vertigineuse en France

La France a vécu une saison de camping extrêmement courte, au cours de laquelle les réservations jusqu'en juin se sont fait attendre.

De nombreux Français ont choisi de passer leurs vacances dans leur propre pays, ce qui a permis de limiter les dégâts en juillet et août, avec seulement 10 à 15 % de réservations en moins par rapport à d'autres années. Les chiffres officiels de la saison n'ont pas encore été annoncés, mais plusieurs sources avancent une baisse de 15 à 40 %. En France aussi, l'on constate d'importantes différences. Ainsi, les campings qui disposent de nombreux emplacements libres et dépendent largement des touristes étrangers ont été plus durement touchés que les campings proposant de nombreux hébergements. En raison de fortes chaleurs en Ardèche et en Provence, les campings de l'intérieur du pays et des régions montagneuses ont fait le plein.

Saison catastrophique en Italie

En Italie, l'année 2020 n'a pas apporté beaucoup de bonnes nouvelles. Le secteur du camping en Italie dépend très largement du tourisme européen, et plus particulièrement des touristes du Nord de l'Europe, et cela se voit dans les chiffres. Le nombre de nuitées de touristes étrangers a chuté de près de 71 % par rapport à 2019. D'un point de vue économique, cette chute se traduit par un manque à gagner d'environ 30 milliards d'euros.

Recul en Espagne

L'Espagne aussi a connu une saison décevante. L'INE, office espagnol des statistiques, a calculé que les nuitées en camping ont chuté de 21,7 millions. Soit un recul de 46,7 % par rapport à 2019. Là aussi, l'absence des touristes étrangers s'est fait sentir. Le nombre de nuitées de touristes étrangers a en effet baissé de 66,8 %. Toutefois, si l'on regarde l'ensemble du secteur touristique en Espagne, la part du camping a quelque peu augmenté. Les nuitées en camping représentent 15 % de l'ensemble du secteur, qui n'avait atteint que 8,5 % en 2019.

La Croatie fortement touchée

Autre pays que la crise sanitaire n'a pas épargné : la Croatie. En 2020, le pays a enregistré près de 9,1 millions de nuitées en camping et environ 1,3 millions d'arrivées. Ces chiffres montrent une baisse de 53 % des nuitées et de 56 %

des arrivées par rapport à 2019. Point positif, le nombre de Croates ayant opté pour un séjour dans leur propre pays a atteint un niveau record de 6 %. Malheureusement, cette augmentation n'a pas suffi à compenser les pertes entraînées par l'absence des touristes étrangers. Ce sont surtout les Néerlandais (-82 %) et les Italiens (-77 %) qui ont manqué au pays, mais aussi les Allemands (-49 %), les Autrichiens (-67 %) et les Slovènes (-30 %).

Autres chiffres

Ailleurs en Europe, les chiffres sont également dans le rouge. En Autriche, par exemple, le nombre de nuitées en camping a chuté de 12,6 %. Le Danemark se rapproche des Pays-Bas et de l'Allemagne, en limitant les dégâts à une baisse de 3 %. La République tchèque (+3 %) est l'un des rares pays dans lequel les chiffres de 2020 sont meilleurs que ceux de 2019.

Division européenne

Les chiffres séparent clairement l'Europe en deux. En raison des mesures sanitaires, les déplacements des touristes du Nord de l'Europe vers le Sud de l'Europe ont été fortement limités. Les campings des pays qui, traditionnellement, dépendent du tourisme international ont essuyé un sérieux revers. Au Nord de l'Europe, les conséquences de la crise restent limitées puisque de nombreux touristes ont choisi de séjourner dans leur propre pays.



Cher propriétaire ou gérant de camping,

Nous sommes aux portes d'une nouvelle saison de camping. Rien de plus normal, sauf qu'après 2020, nous savons tous que des imprévus peuvent se produire. Après une année catastrophique pour l'industrie du tourisme, le coronavirus rythme encore notre quotidien, même si ses effets s'affaiblissent peu à peu. Nous espérons tous la réussite des campagnes de vaccination. Même si l'avenir reste incertain, je veux tout de même être optimiste. Le coronavirus nous a durement touché, c'est vrai, mais cette crise a également révélé de nouvelles opportunités.

Winston Churchill a un jour dit : « Never let a good crisis go to waste ». Et c'est exactement ce

que nous avons fait cette année. À cause du coronavirus (ou grâce à lui), nous avons cherché d'autres pistes. Nous sortirons donc grandis de cette crise. En page 2, vous en apprendrez plus sur la collaboration entre ACSI et camping.info. En coulisses, nous avons travaillé d'arrache-pied pour améliorer nos sites web et applis. Sur l'année écoulée, nous avons également été en contact intensif avec nos campings. Nous traverserons cette crise ensemble. Nous avons déjà interrogé la plupart d'entre vous sur vos retours pour 2020 et vos attentes pour 2021. Le bilan est à la fois négatif et positif. Malheureusement, il n'est pas encore question de parcourir l'Europe. En 2020, certains pays ont enregistré une

année record, et prévoient de renouveler ce succès cette année. D'autres pays, au contraire, craignent les restrictions imposées sur leur sol. Pour en savoir plus, rendez-vous en page 6.

Je vous souhaite beaucoup de courage pour l'année à venir.

Ramon van Reine
CEO ACSI

L'industrie des caravanes et des camping-cars se porte bien ACSI prédit un bel avenir

La COVID-19 n'a pas épargné le secteur du camping. Toutefois, même en pleine crise, il reste des bonnes nouvelles. Les chiffres de l'industrie des caravanes et des camping-cars en Europe montrent un développement très prometteur. En 2020, nous avons remarqué une envolée des ventes, ce qui promet de belles années à venir.

En 2013, les effets de la crise économique se sont fait sentir, mais depuis, les ventes de caravanes et de camping-cars repartent à la hausse. L'ECF (European Caravan Federation) a annoncé que le nombre de modèles neufs vendus en 2020 en Europe a augmenté de 11,6 % par rapport à 2019. Si le marché des caravanes se stabilise (-2,9 %), le nombre de camping-cars neufs, lui, explose (+20,1 %). Plusieurs sources indiquent en outre que les ventes de caravanes et camping-cars d'occasion connaissent un succès grandissant. Aux Pays-Bas, le BOVAG (organisme des entreprises de garage) estime ce succès à une montée de 40 % pour les camping-cars et de 7 % pour les caravanes pour les premiers mois de 2021.

Les Pays-Bas, le pays du camping
Les Pays-Bas sont réputés être le pays du camping par excellence en Europe. Si l'on regarde le nombre de caravanes et de camping-cars pour 1 000 habitants, cette réputation semble en effet se confirmer. Aucun autre pays n'enregistre un chiffre aussi haut. De plus, avec un parc de près de 567 000 caravanes et camping-cars, les Pays-Bas se positionnent même à la 4e place du classement européen. L'Allemagne, la France et le Royaume-Uni occupent le podium.

Pluie de records en Allemagne
C'est avec fierté que l'Allemagne prend la tête de ce classement et

dans ce pays aussi, le camping voit sa cote de popularité augmenter. L'Allemagne est d'ailleurs l'un des rares pays où les ventes de caravanes neuves (+8,2 %) et de camping-cars neufs (+44,8 %) ont augmenté en 2020. Le marché des véhicules d'occasion enregistre lui aussi un énorme succès. Avec un chiffre d'affaires total de 12,5 milliards d'euros, l'industrie des caravanes et des camping-cars en Allemagne s'est encore développée et brise, pour la 7e année consécutive (!), de nouveaux records.

Autres marchés en pleine croissance

D'autres pays connaissent aussi une flambée des ventes de caravanes et de camping-cars. Le Danemark, la Suède et la Finlande ont d'ailleurs enregistré une nette croissance des ventes de caravanes neuves. C'est en Autriche (+74,2 %), en Allemagne, en Suisse et (à nouveau) au Danemark que le nombre de camping-cars neufs vendus a augmenté le plus sensiblement en 2020. Les marchés de l'Europe de l'Est offrent également de belles perspectives. Par exemple, en Pologne, le nombre de caravanes a largement dépassé les 100 000 et les ventes de camping-cars neufs ont explosé de plus de 50 %.

Nouveaux campeurs

L'augmentation des ventes de caravanes et de camping-cars en Europe correspond à une nouvelle



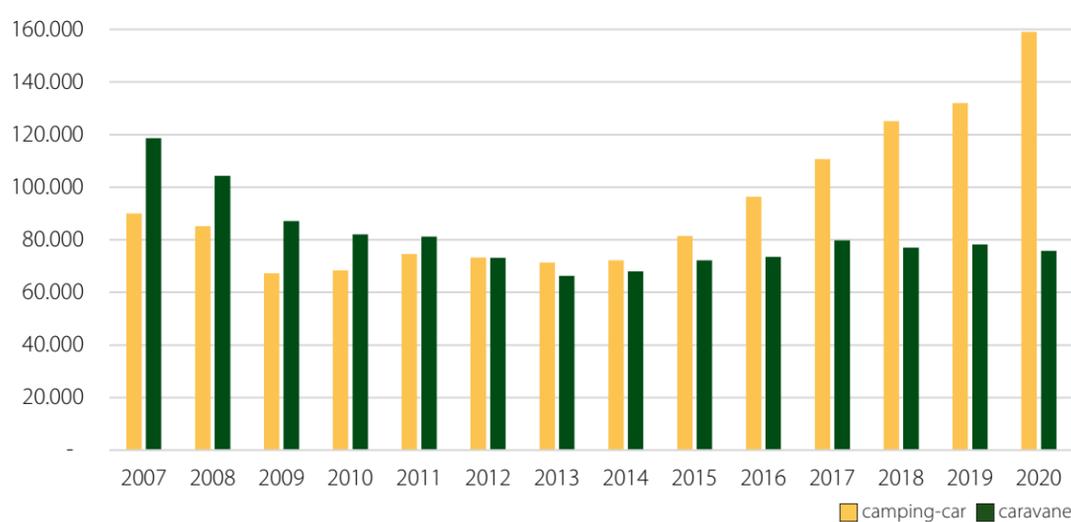
tendance. Le camping est l'endroit idéal où passer des vacances en cette période et de plus en plus de vacanciers l'ont (re)découvert. En outre, les derniers modèles de caravanes et camping-cars sont de plus en plus confortables, ce qui répond parfaitement aux besoins de ces nouveaux campeurs.

Double message

L'explosion des ventes peut sembler contradictoire avec les campings fermés et les restrictions de déplacement que nous connaissons aujourd'hui. Il n'en est rien. L'industrie des caravanes et des camping-cars est en fait un indicateur important pour l'avenir. Les

campeurs qui achètent aujourd'hui une caravane ou un camping-car prendront la route avec leur véhicule dans les prochaines années. Ils se préparent pour le moment où il sera à nouveau possible de voyager à sa guise. Après la pluie, le beau temps !

Nombre de caravanes et camping-cars neufs achetés en Europe (2007-2020)



Bilan et perspectives

Les campings partagent leur expérience sur le coronavirus

Comment les campings ont-ils vécu l'année écoulée ? Quelles sont les perspectives pour l'avenir ? ACSI a posé ces questions à 39 campings dans 23 pays européens. Leurs réponses nous donnent un bon aperçu de l'influence du coronavirus l'année dernière sur les campings de toute l'Europe : de la Grèce à la Suède et du Portugal à la Finlande.

Les expériences sont très différentes. Ce n'est pas surprenant, parce que certains campings ont connu une belle année 2020 malgré la pandémie, alors que

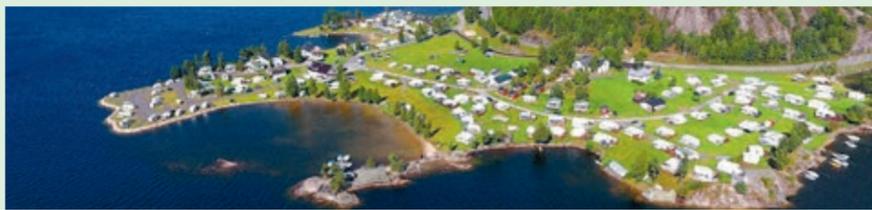
pour d'autres, cette année a été catastrophique. Pour 2021, les campings du sud, du nord et l'est s'attendent à une saison plutôt normale. Il apparaît que les campings allemands sont moins enthousiastes que leurs collègues d'autres pays par rapport à la saison à venir. En outre, de nombreux campings indiquent qu'ils ont beaucoup apprécié les initiatives et les témoignages de soutien de leurs clients.

Chiffre d'affaires de 2020 et estimation pour 2021



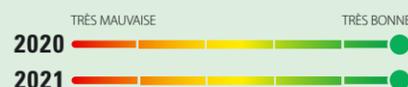
Pour cet article, nous avons demandé à tous les campings leur chiffre d'affaires de 2020 par rapport à celui de 2019. Nous leur avons aussi posé la question de leurs prévisions pour 2021 par rapport à 2019. Les résultats sont rassemblés pour chaque camping dans ce visuel, avec des valeurs comprises entre « très mauvaise » (à gauche) et « très bonne » (à droite).

Neset Camping, Byglandsfjord **



Pour nous, 2020 a été une excellente saison. Heureusement, dans notre région, nous n'avons eu que trois cas de coronavirus sur toute l'année, donc nos clients se sont sentis en sécurité. Il est important que tout le monde prenne cette crise au sérieux et tienne compte des autres. Tout comme il est essentiel d'assurer une propreté impeccable avec des produits anti-bactériens. Nous nettoyons encore plus régulièrement et gardons toujours les distances de sécurité. Pour la prochaine saison, nous attendons de nombreux campeurs norvégiens. Quand ce sera de nouveau possible, nous pensons aussi accueillir de nombreux clients étrangers.

« 2020 a été une excellente saison »



Alevi Camping, Stöllet

Grâce à notre participation à CampingCard ACSI, nous sommes déjà depuis des années tournés vers les touristes européens. Nos clients viennent d'au moins onze pays européens. Ce marché a quasiment disparu. Nous avons donc été ravis d'accueillir de nombreux clients suédois l'année dernière. Ils ont en grande partie sauvé notre saison. Nous pensons que ces touristes reviendront dans les années à venir, c'est un effet positif de la pandémie. D'ailleurs, nous avons bien su gérer cette crise. Sur les années précédentes, nous avons travaillé avec des objectifs, nous sommes donc habitués à orienter notre réflexion sur les solutions. Cette aptitude s'est avérée très utile.

« Nous avons bien géré la pandémie »

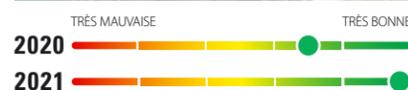


Ranua Zoo Camping, Ranua

Le nombre de clients n'a augmenté qu'à l'été 2020. Le reste de la saison a été plutôt décevant. Nous avons consacré beaucoup de temps au nettoyage et à la désinfection de notre terrain.

« Nous devons nous occuper les uns des autres »

Nous avons aussi rappelé à nos clients l'importance de garder ses distances, de se laver les mains et de porter un masque. Heureusement, nous avons aussi eu des jolies rencontres avec des campeurs qui ne nous connaissaient pas ou qui étaient déjà venus une fois. La leçon à retenir de cette période, c'est que nous devons nous occuper les uns des autres. Pour cette année, nous espérons une saison active dans notre région.



Horsens City Camping, Horsens

« Nous avons essayé de tirer le meilleur parti de la situation »

Nous avons vécu un printemps terrible avec très peu de clients. Depuis mi-juin, les clients sont revenus. Résultat : pour l'été, nous étions complets, surtout grâce aux campeurs danois. Normalement, nous démarrons la saison avec un petit-déjeuner de Pâques, mais cela n'a pas

été possible cette année. C'est pourquoi nous avons offert un sac petit-déjeuner gratuit à tous nos clients. Les clients ont vu que nous avons essayé de tirer le meilleur parti de la situation. Cette dernière période nous a montré que nous pouvions bien nous adapter à de nouvelles circonstances. Pour la saison prochaine, nos attentes sont assez hautes, surtout maintenant que les Danois ont découvert le charme de leur propre pays.

Ardoer Camping De Heldense Bossen, Helden



Marcel Timmermans

« Il faut espérer que l'automne soit bon »

Le début de la saison 2020 est tombé à l'eau. L'été a été bon, mais n'a pas pu combler les pertes déjà enregistrées. Pour que tout se passe bien, nous avons installé des unités sanitaires (toilette et douche), la piscine n'était accessible qu'une heure et demi par jour et le contact était limité au maximum à la réception. Heureusement, nos clients ont compris que nous ne pouvions rien faire de plus face à cette pandémie. L'année écoulée a révélé que nous dépendons trop fortement des autorités, tant dans un sens positif que négatif. Cette année, nous espérons un bel été et une arrière saison intéressante.



Recreatiepark De Leistert, Roggel



Angelique Joosten

Pendant toute l'avant-saison, le camping est resté vide. Ce n'est qu'à l'Ascension et à la Pentecôte que nous avons mis en place des sanitaires privés, des tentes glamping et la location d'autres hébergements. Notre champ d'action était encore assez limité. Nous avons donc perdu beaucoup de chiffre d'affaires en 2020. Nous avons maintenu les prix de

« Nous avons les reins solides. Ensemble, nous y arriverons! »

2021 assez longtemps au même niveau que ceux de 2020, pour rendre la réservation plus intéressante. Ce geste a été très apprécié. La pandémie nous a montré que notre entreprise est robuste et que nous avons les reins solides. Ensemble, nous y arriverons ! Malgré le vent d'optimisme, nos attentes pour cette année sont limitées, parce qu'une partie de l'avant-saison est déjà perdue.



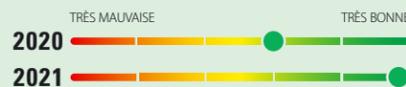
🇧🇪 Camping Houtum, Kasterlee

Au premier confinement, il a fallu encaisser. À quoi allait ressembler l'année ? Comment allions-nous survivre financièrement sans les temps forts de la saison, comme Pâques, l'Ascension et la Pentecôte ? Heureusement, nous avons eu un bel été parce que les campeurs belges ont (re)découvert leur pays. Nous avons souvent entendu des touristes agréablement étonnés de la beauté de la Belgique ! Une crise peut parfois être une véritable opportunité. Comme le tourisme national était la seule option pour une assez longue période, nous avons convaincu de nouveaux fans. Cette année, nous pensons accueillir à nouveau de nombreux Belges dans notre camping.



Jakke et Vic

« Une crise peut parfois être une véritable opportunité »

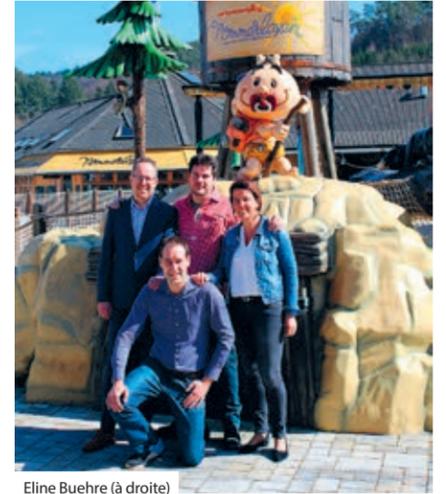


🇱🇺 Europacamping Nommerlayen, Nommern

Nous sommes un très grand camping et avons beaucoup de personnel. C'est pour cette raison que nous n'avons ouvert que le 1 juin 2020. Nous avons perdu une partie de l'avant-saison. Après cette période, la haute saison a été très lente parce que les touristes allemands et belges ne pouvaient pas venir au Luxembourg. Les annulations ont donc été très nombreuses. Comme la pandémie s'est aggravée, l'arrière-saison n'a pas été

« La situation finit toujours par s'arranger »

bonne non plus. Heureusement, nous avons reçu un soutien énorme des clients qui nous ont par exemple envoyé des chocolats ou des fleurs, ou nous ont donné des pourboires plus élevés. Ces petites attentions nous ont fait beaucoup de bien. Nous essayons de rester optimistes et de ne pas désespérer. La situation finit toujours par s'arranger.



Eline Buehre (à droite)



🇩🇪 NordseeCamping in Lee, Westerdeichstrich

Bien sûr, 2020 a été une année particulière, avec une saison qui n'a commencé qu'en mai et s'est terminée en octobre. Une fois que les clients ont pu venir, ils étaient absolument ravis. Même lorsque nous avons dû rester

« Notre protocole sanitaire a été très efficace et parfaitement respecté »



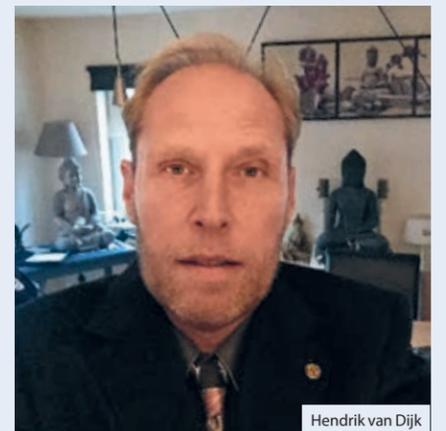
fermés à l'instauration des mesures sanitaires, il n'y a pas eu beaucoup d'annulations. Notre protocole sanitaire a été très efficace et parfaitement respecté. D'après nous, c'est la seule solution pour lutter contre ce virus. Nous ne comprenons pas que les campings en Allemagne soient à la traîne concernant les assouplissements des règles. Cela ne présage rien de bon pour la saison 2021. Heureusement, les perspectives à long terme sont plus optimistes !



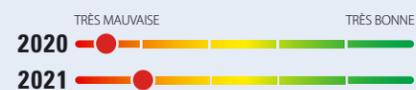
🇩🇪 Campingplatz Moselhöhe, Heidenburg

Malheureusement, nous avons subi de lourdes pertes parce que nous avons dû ouvrir plus tard que d'habitude. Pendant les mois où nous avons pu accueillir des touristes, nous n'avons pas réussi à compenser les pertes. Malgré tout, notre joie et celle des clients était immense quand nous avons pu rouvrir. Pour faire un geste pour nos clients, qui n'ont pas pu camper de toute la saison, nous avons décidé de ne pas augmenter nos tarifs en 2020. Cette décision a été très appréciée. La pandémie nous a appris à ne pas considérer la vie et la santé comme acquises.

« Nous avons décidé de ne pas augmenter les tarifs »



Hendrik van Dijk



🇩🇪 Strandcamping Waging am See, Waging am See



Niki Jebinger

Pendant la crise du coronavirus, nous avons cherché des solutions pour répondre autant que possible aux besoins des clients. Il s'agit par exemple de conditions d'annulation plus souples, d'animations en ligne et d'une plage privée pour nos campeurs. Ces adaptations ont reçu un accueil très positif. Les clients nous ont également soutenu, par exemple en payant l'acompte de leur séjour annulé, alors que nous n'avions rien demandé. Si nous avons compris une chose cette année, c'est l'importance d'appliquer des conditions de réservation flexibles pour nos clients. Le camping est de plus en plus populaire, donc nous avons confiance dans l'avenir.

« Nous avons confiance dans l'avenir »



🇨🇭 AlpenCamping, Meiringen

Heureusement, l'année dernière a été très bonne. Nous n'avons pu ouvrir que le 6 juin et avons pourtant enregistré les mêmes résultats qu'en 2019. Ce que nous remarquons depuis 2020, c'est que la Suisse est désormais considérée comme une destination à part entière, plutôt que comme une station de loisirs et de spa. Les touristes nous ont bien montré qu'ils étaient ravis que nous soyons ouverts. Les réactions étaient très positives. Ce que nous avons également appris, c'est que les autorités (locales) sont totalement imprévisibles dans leur approche. Malgré tout, nous pensons que 2021 sera une bonne année.



« Nous pensons que 2021 sera une bonne année »



🇩🇪 AZUR Campingpark

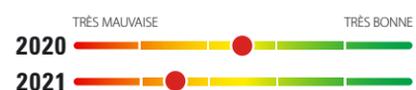
Jusqu'à l'ouverture de nos campings en juin 2020, nous avons vécu une période très compliquée. Les mois qui ont suivi ont par contre été extrêmement satisfaisants. La fermeture qui nous a été imposée de novembre 2020 à aujourd'hui nous paraît totalement inacceptable. Nous avons mis en place des procédures de réservation et des conditions d'annulation plus flexibles et nous

« Nous devons lutter pour notre survie »

nous sommes concentrés sur la réservation en ligne. Ces actions nous ont permis de répondre aux besoins de nos clients. L'année dernière, nous avons appris la gestion de crise et à nous battre pour la survie de nos campings. La situation actuelle ne peut plus durer. Nous estimons également que notre secteur est trop sévèrement puni. Notre avenir est plus qu'incertain.



Oliver Frank



Alpenferienpark Reisach, Reisach

L'année dernière, nous avons eu beaucoup d'annulations et de modifications des dates de séjour. Nous avons également enregistré une baisse de vingt pour cent du nombre de nuitées. En cas d'annulation, nous avons donné aux clients la possibilité de reporter leur séjour à l'année prochaine (sans frais supplémentaires). Heureusement, de nombreux clients ont accepté cette proposition. Nous avons aussi été très touchés de l'attention de nombreux clients, qui n'ont pas transféré leur caution pour l'année prochaine, mais ont choisi de nous verser une nouvelle caution. La pandémie nous a appris à être flexible.

« La pandémie nous a appris à être flexible »



Jennifer et Andries van der Haar



Camping Leiputrija, Adazu Nov.

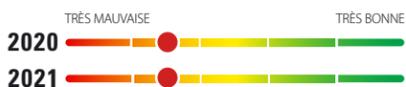


Agris Perro

Nous sommes un camping calme de Lettonie et dépendons beaucoup des touristes étrangers. En 2020, ils ont évidemment été moins nombreux. Une « bulle baltique » s'est formée, mais le camping n'est pas assez populaire pour nous offrir de nombreux campeurs locaux. Malgré tout, nous avons connu une bonne période de mi-juin à mi-août. Étant donné l'absence des vacan-

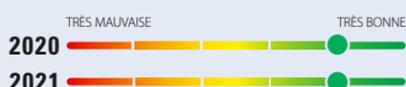
« Nous dépendons fortement des touristes étrangers »

ciers étrangers et la politique assez variable en Europe, il a été assez compliqué pour nous de faire une estimation pour 2021. La Lettonie est pourtant très intéressante, avec une nature foisonnante et de grands espaces, mais encore faut-il pouvoir venir.



Camping Bled, Bled

En raison du confinement, nous sommes restés fermés jusqu'au 12 juin 2020. Normalement, nous sommes ouverts dès le 1 avril. Étant donné la confusion autour de la fermeture des frontières, notre service de réservation a été débordé avec les annulations, les modifications et les confirmations de réservation. Quand les frontières ont été rouvertes, nous avons connu un très bel été. Le chiffre d'affaires était enfin revenu au niveau de 2019. La pandémie nous a rapprochés. Si nous avons connu une belle saison, c'est grâce au travail d'équipe. Cette année, nous pensons que le camping pourra ouvrir avant l'été et que nous allons donc vivre une très belle année.



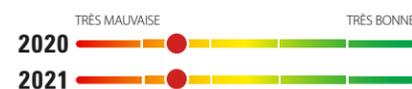
« La pandémie nous a rapprochés »

Erlebnis Comfort Camping Aufenfeld, Aufenfeld

Au printemps, nous avons enregistré trois mois de pertes. Pour la saison hivernale (à partir de septembre), nous avons même été largement perdants. En raison des nombreuses annulations, beaucoup de clients étaient mécontents. Nous avons donc mis en place des conditions d'annulation spéciales. Nous avons aussi instauré des réductions pour les clients fidèles et toutes sortes d'offres intéressantes. Jolie attention : l'un de nos clients n'a pas souhaité récu-

« La fidélité des clients et de nos collaborateurs fait plaisir »

pérer sa caution pour nous aider dans cette période difficile. Vous n'imaginez pas le bien que cela nous fait de voir la fidélité des clients et de nos collaborateurs. Même si 2021 a mal démarré, nous espérons une haute saison très positive.

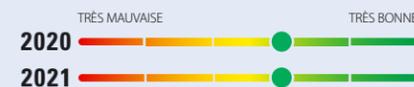


Camping Alexa, Chlapowo

L'année dernière a été assez chaotique, avec de nombreuses annulations et des reports de séjour. Beaucoup de campeurs sont partis en vacances pour la première fois avec leur caravane ou leur

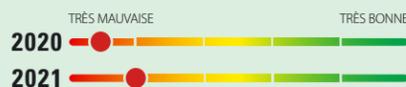
« Nous avons vu beaucoup de 'nouveaux' campeurs »

camping-car. Parfois, ils avaient donc besoin d'aide pour installer leur auvent ou pour raccorder le chauffage, mais nous avons été ravis de pouvoir les aider. Pour que tout se passe bien, nous avons agrandi nos emplacements de camping, nettoyé et désinfecté plus régulièrement. Nous n'oublierons jamais les sourires des touristes qui retrouvaient enfin les plaisirs de l'extérieur. Espérons que cette saison soit aussi bonne que la précédente. Nous sommes fin prêts !



Camping Sokol Praha, Praha 9/Dolní Pocernice

L'année 2020 a été un véritable défi pour nous, notamment à cause des incertitudes liées à la pandémie. Toujours prévoir l'imprévisible, voilà ce que nous avons appris. Le marché du camping en République tchèque est assez limité, donc de nombreux établissements dépendent des touristes étrangers. Ces vacanciers ont été dans les campings en pleine nature, mais nous, camping citadin près de Prague, avons connu une période plus difficile. Nous avons malgré tout attiré des clients grâce à nos conditions plus souples pour la réservation, le paiement en avance et l'annulation. Nos clients ont souvent été surpris de l'atmosphère assez calme dans notre camping citadin près du centre de Prague.



« En 2020, nous avons appris à toujours prévoir l'imprévisible »

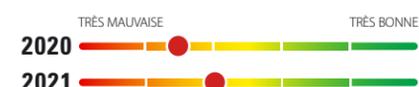
Zaton Holiday Resort, Zaton/Nin (Zadar)

« Le soutien de nos clients nous a beaucoup aidé »



Frane Skoblar

Par rapport à 2019, qui a été une année record, nous avons enregistré une baisse du chiffre d'affaires en 2020. Les vacanciers des Pays-Bas, du Danemark et d'Italie, essentiels pour nous, se sont faits plus rares. Les mesures sanitaires nous ont forcés à modifier de nombreux éléments de notre organisation. Nous avons donc été d'autant plus ravis de pouvoir accueillir des touristes. Les centaines d'emails et de messages sur les réseaux sociaux nous ont beaucoup aidés en cette période difficile. Nous avons constaté que même une pandémie n'arrêterait pas les voyageurs, on peut donc espérer que les tests rapides et la vaccination changeront la donne pour 2021.



Camping Stobreč Split, Stobrec



L'année 2020 a été turbulente et exigeante. Notre organisation a dû changer du tout au tout. Surtout avec toutes les annulations et les reports de séjour à 2021. Il était donc essentiel que nous mettions en place des modifications sur notre

« L'année 2020 a été turbulente et exigeante »

politique sanitaire pour respecter toutes les mesures. Le secteur touristique a été profondément bouleversé. Le nombre de nuitées locales a augmenté. Si nous avons compris une chose, c'est bien que la santé et la sécurité sont désormais la priorité des clients lorsqu'ils réservent un séjour. Pour 2021, nous nous attendons à voir beaucoup de réservations de dernière minute, notamment grâce à la vaccination et aux beaux jours qui reviennent.

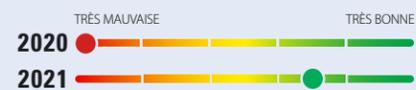


Camp Sojka, Malatiny



« Il faut garder son calme et limiter les frais »

Notre camping est resté fermé pendant toute l'année 2020. Nous n'avons souffert de la pandémie, mais pas seulement. Au printemps, notre région a été touchée par des inondations. Une année catastrophique, donc. Heureusement, nous avons reçu beaucoup de messages de soutien sur nos réseaux sociaux. Quel plaisir de les lire ! Pour nous, il était surtout question de garder notre calme, de limiter les frais et de nous préparer à un nouveau départ. Nous sommes très optimistes et espérons un bel été 2021 ainsi qu'un bel automne.



Ibro Zalihic

Camping Mali Wimbledon, Mostar

Le coronavirus a eu un impact énorme. En 2020, nous avons accueilli seulement dix campeurs. Heureusement, nous avons une grande piscine, que nous avons ouverte aux locaux. En ce qui concerne les sanitaires, nous avons installé des pompes supplémentaires avec du gel désinfectant et nous nettoyons tout plus régulièrement.

Nos clients sont ravis et heureusement nos partenaires, comme ACSI, nous soutiennent. Ces derniers temps, nous avons appris à être flexible et à déployer rapidement un plan B. Même si nous entrevoyons de l'espoir pour 2021, nous pensons qu'il y aura encore de nombreuses mesures sanitaires en vigueur.



« Notre piscine a pu être ouverte aux locaux »



Camping Erodios, Gialova/Pylos

L'année dernière, nous avons eu beaucoup d'annulations de dernière minute. Heureusement, nous avons trouvé une solution assez rapidement. Nous avons en effet instauré un contrôle de la température pour nos campeurs et avons mis en place la commande en ligne pour notre restaurant et notre magasin. Nous avons reçu beaucoup de soutien de nos clients fidèles qui n'ont malheureusement pas pu venir en Grèce. Nous espérons les revoir très bientôt. Pour la prochaine saison, la santé de tous est notre priorité absolue. Si tout le monde prend la situation au sérieux, nous pourrions tous profiter de l'été en toute sécurité.



« Notre priorité absolue pour cette saison, c'est la santé »



Erwlon Caravan & Camping Park, Llandovery



« Nous avons dû fermer pour la première fois depuis 1960 »

En 2020, nous sommes restés fermés jusqu'en juillet et malheureusement, nous avons dû fermer à nouveau pour l'automne et l'hiver. Pour la première fois depuis 1960, le parc a dû rester fermé ! Nous nous en sommes sortis grâce au soutien des autorités. Heureusement, nous avons déjà des mesures d'hygiène et d'entretien strictes, donc nous n'avons pas eu beaucoup de modifications à faire. Pour 2021, nous allons mettre en place les mêmes procédures que l'année dernière. Nous pensons que le nombre de touristes va augmenter. Dans cette optique, nous savons que nous allons recevoir moins de vacanciers étrangers et plus de Britanniques contraints de passer leurs vacances dans leur pays.



Camping Kalami Beach, Plataria/Igoumenitsa

« La peur a touché de nombreux campeurs »



L'année dernière, nous avons accueilli bien moins de visiteurs. La peur du virus a touché de nombreux campeurs. Au camping, nous avons veillé à ce que tout le monde puisse facilement garder ses distances et à de nombreux endroits, nous avons installé de pompes de gel désinfectant. Nous avons également réduit le nombre de tables de notre restaurant. La pandémie nous a appris à surmonter des situations compliquées et à rester flexible dans notre manière de travailler. La vaccination s'accélère et nous pensons aussi que les vacanciers sont plus conscients du danger du coronavirus, nous espérons donc une meilleure saison 2021.



Camping La Belle Étoile, La Rochette

Luc et Yvonne Pelee de Saint Maurice



« Certains clients nous ont appelé pour prendre des nouvelles »

L'année dernière, nous avons déjà subi environ 50 % de pertes car nous n'avions pas pu accueillir de campeurs étrangers. Pour les vacanciers qui ont séjourné dans notre camping, nous avons réalisé d'importants investissements dans l'hygiène. Nous avons par exemple acheté une machine pour désinfecter nos caravanes résidentielles et les infrastructures sanitaires. Nous avons été ravis de voir que

les clients fidèles nous appelaient pour savoir comment allait le camping. Certains campeurs ont annulé leurs vacances, mais ont renoncé à leur caution. Ça nous touche énormément. Nous ne savons pas de quoi 2021 sera faite, mais nous sommes plutôt optimistes pour 2022, si la vaccination suit son cours.



Camping Le Pont d'Allagnon, Lempdes-sur-Allagnon



Au début de la saison, nous avons eu environ vingt pour cent de touristes français et étrangers en moins. Ensuite, des groupes ont annulé pour la haute et la basse saison. La réouverture du camping en juin nous a beaucoup aidé. Nous avons pu compenser en grande partie les pertes grâce aux deux mois d'été. La crise du coronavirus nous a montré qu'il faut être prudent sur les dépenses et qu'il est essentiel de rassurer les clients concernant nos conditions de réservation. Nous n'avons pas réellement d'attentes pour l'avenir, mais espérons pouvoir accueillir des touristes d'autres pays pour la prochaine saison.

« Il est essentiel de rassurer les clients »

Domaine de la Gautière, Buis-les-Baronnies

Gérer notre camping pendant la pandémie a demandé un tout autre travail pour garantir le bien-être de nos clients et le nôtre. Ainsi, il a fallu imposer le port du masque à certains endroits, créer des itinéraires vers la réception et employer des produits de nettoyage spécifiques. Toutes ces actions n'ont pas été vaines, puisque nos clients ont dit qu'ils se sentaient plus en sécurité que dans d'autres campings. Certaines mesures d'hygiène, comme se laver régulièrement les mains, continueront de s'appliquer à l'avenir. La COVID-19 nous a appris à nous protéger des menaces invisibles. Cette année, nous espérons revoir des campeurs néerlandais, allemands et belges.



« Les clients se sentaient plus en sécurité que dans les autres campings »



Camping Biarritz, Biarritz

L'absence des touristes étrangers dans notre camping a malheureusement eu des conséquences économiques. Pour mieux sécuriser le séjour des touristes au rendez-vous, nous avons évidemment investi dans l'hygiène. Nous avons respecté tous les protocoles sanitaires. Par exemple, en proposant des repas à emporter pour pouvoir malgré tout proposer des repas.



Alexis Dubor

Heureusement, Airtel, la chaîne de camping à laquelle nous appartenons, nous a aidés. La crise nous a donné des leçons. Il est important de continuer à investir pour attirer des touristes étrangers. Mener des enquêtes auprès des clients s'est avéré très utile pour en savoir plus sur leurs attentes.

« Heureusement, notre chaîne de camping nous a aidés »



Camp du Domaine, Bormes-les-Mimosas

L'année dernière, nous avons subi une perte de chiffre d'affaires de 37 %, surtout sur la basse saison. Nous avons néanmoins vu plus de clients français et de nouveaux clients. Ils étaient tout à fait en sécurité grâce aux mesures sanitaires encore plus strictes. Une équipe déterminée était d'ailleurs chargée de désinfecter toutes les infrastructures trois fois par jour. Nous avons aussi limité les foules en organisant deux animations en soirée au lieu d'une (19 h 00 - 21 h 00, désinfection, 21 h 30 - 22 h 30). Petite anecdote sympa : l'année dernière, nous avons eu la chance d'accueillir deux clients célèbres, un joueur français de l'équipe sacrée championne du monde en 2018 et une actrice allemande.



Anne Caillat-Defour

« Une équipe désinfectait toutes les infrastructures trois fois par jour »



Camping La Buganvilla, Marbella/Málaga



Francisco Sempere Sanchez

Nous avons toujours respecté les mesures recommandées par le Ministère espagnol de la Santé publique. À savoir : garder ses distances, porter le masque et mettre du gel désinfectant à disposition. Pour autant que nous sachions, nous n'avons eu aucun cas de coronavirus. Ni chez les clients, ni chez le personnel. Lors de la dernière période, nous avons compris qu'il faut

« Pour autant que nous sachions, nous n'avons eu aucun cas de coronavirus »

être respectueux des plus fragiles en cette période de pandémie. Pour cette année, nous prévoyons un été plus radieux qu'en 2020. Nous espérons aussi pouvoir accueillir des vacanciers tardifs du Nord de l'Europe dès cet automne.



Verneda Camping Mountain Resort, Pont d'Arros

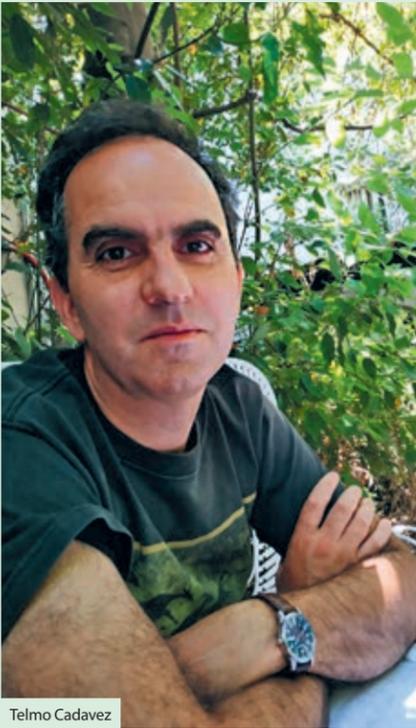
« Il est important de bâtir la fidélité des clients »



Nous sommes restés fermés jusqu'en juin 2020. Même l'hiver, les restrictions de déplacement étaient nombreuses dans notre région. En outre, nous avons été contraints d'abaisser notre jauge de vingt pour cent, pour garantir le respect des distances de sécurité. La crise du coronavirus nous a appris à profiter de l'instant présent. Mais aussi qu'il est crucial de bâtir la fidélité des clients. Pour le tourisme national, nous sommes plutôt optimistes pour 2021. Par contre, nous ne pensons pas que le nombre de touristes étrangers augmentera beaucoup en raison des retards dans la vaccination.



Cepo Verde, Gondesende/Bragança



Telmo Cadavez

L'année dernière, nous n'avons accueilli presque aucun client étranger. En outre, nos frais ont augmenté en raison des procédures de sécurité. Nos revenus généraux ont donc baissé de près de cinquante pour cent. Grâce à des règles spécifiques pour l'utilisation des sanitaires, nous étions en mesure d'assurer un séjour sécurisé aux clients. Ce qui était

« La période du coronavirus a été très enrichissante »

très sympa, c'était un couple d'Angleterre, qui est resté plus longtemps dans l'un de nos chalets, alors que le reste du camping était vide, pour nous aider encore plus. Nous avons passé de super semaines ensemble. La période du coronavirus a été très enrichissante. Nous avons dû rester debout avec moins de moyens.



Camping Turiscampo, Luz/Lagos

« Point positif : ils ont choisi notre camping »



Notre camping a surtout été touché par le confinement. En juillet et août de l'année dernière, nous n'avons presque rien eu à faire. Le peu de touristes qui sont venus, venaient d'autres pays que ceux des dernières années. Point positif : ils ont choisi notre

camping. En accordant une plus grande attention à l'hygiène et à la jauge de certains endroits du camping, nos clients étaient en sécurité. Ils l'ont également ressenti, ce qui était très important pour nous. Nous ne savons pas ce que nous réserve cette année. Il y aura sans doute encore des perturbations dans les vols et les politiques sont aussi un facteur incertain.



Gruppo Human Company



Camping Norcenni Girasole

« 2021 sera similaire à 2020 »

L'année dernière, nous avons vu l'influence des facteurs externes sur le secteur du tourisme. On nous a demandé une grande capacité d'adaptation. Nous avons organisé nos budgets différemment, formé nos équipes, modifié l'infrastructure et mis en place un système de réservation en ligne pour le restaurant et les livraisons. Bien sûr, nous avons aussi consacré beaucoup de temps au nettoyage et à l'hygiène. Nos efforts ont permis aux clients de passer de bonnes vacances. Nous avons aussi constaté une bonne compréhension des règles de sécurité. Pour 2021, nous avons des attentes comparables à celles de 2020. À savoir une baisse de la demande internationale et de nombreuses réservations de dernière minute.



Villaggio Turistico Internazionale, Bibione



Andrea Granzotto

La pandémie a bouleversé toutes nos certitudes. Du jour au lendemain, nous avons dû adapter notre façon de travailler et avons subi une pluie d'annulations et de modifications de réservation. Nous avons donc réagi en mettant en place un nouveau plan d'exploitation avec des procédures claires pour le nettoyage, les

« Nous comptons sur une amélioration dès juin »

animations, la réception et la distanciation sociale. Nous avons donc pu offrir un environnement sûr et parfaitement hygiénique à nos clients. Heureusement, ils étaient très compréhensifs. En ce qui concerne le chiffre d'affaires, nous prévoyons que celui de 2021 sera compris entre celui de 2019 et celui de 2020. Les mesures sanitaires vont certainement jouer un rôle important les premiers mois. Dès juin, nous espérons voir une amélioration.



Camping San Cristoforo / Camping Due Laghi / Fiemme Village, Pergine Valsugana / Levico Terme / Bellamonte di Predazzo

L'année 2020 a été très compliquée. La saison a été plus courte que d'habitude et nous avons pris la décision d'ouvrir seulement deux de nos trois campings. Malheureusement, nous avons dû ralentir les investissements, et c'est encore le cas aujourd'hui. Après la débâcle des bons d'achat, il est clair que nous allons devoir adapter le paiement en avance de votre séjour. C'est ce que les clients attendent. Comme la vaccination n'est pas encore assez rapide dans de nombreux pays européens, nous pensons que 2021 verra encore de nombreux touristes nationaux. Bien sûr, l'atmosphère sera beaucoup plus euphorique quand nous pourrons à nouveau prendre la route.



Camping San Cristoforo



Camping Due Laghi



Fiemme Village



« Tous les investissements sont reportés pour le moment »

Baia Domizia Camping Village, Baia Domizia

« 2021 sera à peu près similaire à 2020 »

En 2020, nous avons enregistré une baisse de chiffre d'affaires et du nombre de touristes étrangers. Le nombre de campeurs nationaux est resté à peu près au même niveau. Pour offrir un séjour aussi sécurisé que possible à nos clients, nous avons réorganisé le camping pour créer plus de distance et installé plus de verdure. C'était un véritable défi de tout gérer, mais nous avons vu qu'avec de la volonté, même les situations qui semblent impossibles à première vue deviennent vivables. Heureusement, nos clients ont très bien réagi aux modifications et ont parfaitement respecté les mesures sanitaires. Nous pensons que 2021 sera à peu près similaire à 2020.



Enrico Toffano

Construire l'image de votre camping

Entretien avec Hannes Müller de TourTouch



TourTouch, qu'est-ce que c'est ? Pourriez-vous vous présenter rapidement ?

Chez TourTouch, nous aimons le camping et la vie en extérieur. Cette passion nous permet d'aider à renforcer l'industrie du camping. Notre force réside dans la numérisation, l'expérience et la gestion d'entreprise. La nouvelle génération de campeurs arrive et nous sommes convaincus qu'ils ont besoin de deux choses : un accès rapide au « produit » et une expérience authentique.

Chez TourTouch, nous accompagnons des campings en Allemagne, en Autriche et en Suisse sur les plans du marketing, de la gestion d'entreprise et de l'expérience client. Avec nos clients, nous rencontrons au quotidien les obstacles d'un marché du camping en pleine révolution, entraînés par une nouvelle génération de campeurs. Sans oublier les effets du coronavirus, bien sûr.

Qu'a fait votre entreprise cette année, au cours de laquelle nous avons du travailler en ligne ?

Malgré la pandémie, le camping continue de se développer. Plusieurs campings ont profité de cette période pour améliorer leur situation. Le travail ne manque pas pour nous. Nous avons donc mis en place un portail de formation en ligne : le CAMPUS. Là, les campings peuvent regarder des présentations, des interviews et des tutoriels sur les thèmes les plus importants pour le secteur. Ces informations utiles sont en libre accès pour tout le monde sur tourtouch.de/campus (informations en allemand).

TourTouch a donné cette année une présentation très réussie en ligne lors de la NCT (Nord-deutscher Campingtag) à propos

de l'image d'un camping. Trois éléments essentiels ont été mis en avant : la construction d'une marque, le positionnement d'une marque et le marketing ciblé. Pourriez-vous nous expliquer cela ?

Pour construire une marque, il faut avant tout une marque. Ce point paraît logique, mais il englobe beaucoup plus de choses qu'on pourrait le penser. Une marque doit être présentée d'une manière cohérente et standardisée. Cette présentation peut par exemple prendre la forme d'un logo, d'une image et de couleurs (fixes). Le camping fait aussi une promesse quant au séjour et à la qualité qu'un client peut attendre. La gestion d'entreprise doit alors être au service de cette promesse. Pour beaucoup de campings, ce point est particulièrement complexe et c'est là que nous intervenons. Trouver un bon slogan et des belles images pour un séjour de rêve, c'est facile.

Ce qui est plus difficile, c'est de conserver un service d'excellente qualité dès la réservation jusqu'à la fin du séjour. Surtout si le camping en question fait attention à ses dépenses.

Construire une marque :

- Présentation professionnelle et cohérente
- Promesses sur le séjour et la qualité
- Gestion d'entreprise adaptée

Une fois que la marque est bien définie, vient le défi suivant : le positionnement de la marque. Pour ce point, un camping peut utiliser différents outils : son propre site web, « Google My Business » et les portails de camping.

Positionnement d'une marque :

- Site web dédié
- Google My Business
- Portails de camping



Pour construire une marque solide, il faut évidemment de jolies photos du camping, mais le vrai défi est de maintenir la qualité des services à un haut niveau.

Tout d'abord, il ne faut pas sous-estimer l'importance d'un bon site web. Il peut considérablement aider la réception, puisque les clients peuvent alors trouver la réponse à leurs questions en ligne. Il faut donc construire un site web moderne, avec une structure simple et claire. Ce site web doit bien sûr être facile à trouver dans les moteurs de recherche et donner réellement envie au campeur de venir au camping. Le client doit aussi pouvoir facilement accéder à votre produit : la réservation d'un emplacement.

Grâce à Google My Business, un propriétaire de camping peut gérer les actualités, les heures d'ouverture et les avis. Une référence sur Google Maps peut aussi être modifiée grâce à cet outil. En outre, il est important d'avoir une bonne présentation pour les portails de camping comme Eurocampings.eu et Camping.info. C'est-à-dire de belles images et des informations à jour.

Après qu'un camping a bâti une bonne visibilité en ligne et une marque forte, vous conseillez de cibler le marketing. Qu'est-ce que cela signifie ?

Le ciblage permet à un camping de montrer sa marque au bon public. Il s'agit d'utiliser les bons

canaux, d'avoir une approche ciblée et des campagnes qui visent un objectif clair. Ces objectifs sont professionnels : un bon taux d'occupation, l'acceptation du prix, la satisfaction des clients et la prolongation de la saison.

Marketing ciblé :

- Canaux et contenu
- Groupes cibles
- Campagnes

Une question pour conclure : quels sont selon vous les défis qui attendent le secteur du camping dans les prochaines années ?

Pour nous, il est capital d'adapter l'offre de séjour et de loisir à la nouvelle génération de campeurs. La réservation en ligne, le ciblage, l'offre d'une qualité constante sont des facteurs clés de cette adaptation. Nous pensons que l'attention va encore plus se porter sur l'offre complémentaire de loisirs, de cours, d'ateliers et d'activités à vivre. Les détails sur, par exemple, la surface et les infrastructures d'un emplacement de camping vont perdre un peu de leur importance.

Ces changements demandent du temps et des moyens dans la gestion d'entreprise. Si un camping numérise correctement les

processus essentiels, comme la réservation, l'enregistrement et le paiement, il restera plus de temps pour le contact humain avec les clients. Ce temps peut alors être utilisé à bon escient dans des conseils d'excursions et des services supplémentaires.

Merci de votre temps et de votre témoignage.

Avec plaisir. Merci de m'avoir invité et bonne chance.



Hannes Müller, www.tourtouch.de

Hannes Müller est directeur du bureau de conseils en marketing et en stratégie TourTouch et fondateur du portail d'information CAMPUS

Je voudrais en savoir plus sur votre entreprise et vos problématiques. Contactez-moi à l'adresse : hannes@tourtouch.de

Communiqué de presse LeadingCampings avril 2021

Tutoriels et formation en ligne

Depuis 2009, LeadingCampings of Europe propose une fois par an une session de formation à destination des équipes des campings membres avant le lancement de chaque saison. Jusqu'à présent, cette formation était organisée chaque année dans un Leading-Camping différent. En 2020, LeadingCampings a dû se réinventer en raison du premier confinement et des restrictions de voyage. Cette année, la formation a donc été proposée le 22 avril en version en ligne. Cette formule a entraîné une augmentation significative du nombre de participants. Le fait de ne

pas devoir voyager et s'absenter pendant plusieurs jours a eu un réel effet positif sur le taux de participation. De plus, comme les campings sont fermés, le personnel a plus de temps pour suivre des formations. Les sessions Zoom intenses d'une durée de 3 h 30 prouvent qu'il est possible de proposer des formations sous cette forme, même si cela reste différent.

Outre le fait que nous souhaiterions nous débarrasser rapidement de certaines choses, le coronavirus est également moteur de changement : le siège social de LeadingCampings a profité du temps dont il disposait

pour encourager la formation continue du personnel et étoffer son offre en ligne. Cette solution initialement pensée pour faire face à la pandémie va être intégrée de manière permanente à notre offre de formation à destination du personnel de LeadingCampings. Le personnel pourra ainsi obtenir toutes les informations dont il a besoin au sujet de LeadingCampings, et ce 24h/24. Pour ce faire, tous les documents pertinents ont été classés et mis à disposition sous la forme d'une base de données en ligne. Quatre tutoriels vidéo d'une durée de 30 minutes concernant des thèmes spécifiques à LeadingCampings sont également disponibles. D'autres tutoriels vidéo viendront s'ajouter à la bibliothèque

dans le futur. Les employés ont accès à ces ressources 365 jours par an via le lien <https://academy.leadingcampings.com>. Une inscription préalable est cependant requise.



Plus d'informations :
LeadingCampings of Europe
Kettelerstr 26, D-40593 Düsseldorf
Téléphone : +49 (0)2 11 / 89 96 49 95
Fax : +49 (0)2 11 / 87 96 49 96
info@leadingcampings.com
www.leadingcampings.com

L'avantage des outils numériques

L'équilibre entre homme et ordinateurs

Les réservations en ligne sont l'avenir, ou plutôt, sont déjà le présent. Cela ne signifie pas pour autant que le campeur doit être laissé à l'abandon face à la technologie. L'humain joue, heureusement, un rôle essentiel et peut faire la différence entre un client unique et un client fidèle. Il est donc très important de chercher un équilibre parfait entre homme et ordinateur.

Pour comparer, choisir et réserver un séjour, de plus en plus de vacanciers vont sur Internet. Cette évolution va sans aucun doute suivre son cours et prendre un tournant vers une offre entièrement personnalisée. En 2021, les clients sont de plus en plus habitués à indiquer leurs préférences et à voir uniquement les offres qui répondent à leurs besoins. Pour les campings, il est presque indispensable de jouer sur cette ten-

dance. Toutefois, la numérisation a aussi ses limites. La disparition totale du facteur humain entraîne son lot d'inquiétudes.

Contact humain

Des études européennes et américaines ont montré que pas moins de 75 % des consommateurs souhaitent pouvoir établir rapidement un contact humain pendant la réservation. Une présence trop forte de

technologie a des effets négatifs à terme sur l'expérience des clients et leur fidélisation. Ces résultats apparaissent surtout lorsque le premier contact ne permet pas de créer un lien humain, au moment où les voyageurs en ressentent le besoin. Le campeur veut pouvoir parler rapidement à une personne au téléphone, sur WhatsApp, par chat ou par email. Ce contact permet à l'établissement d'établir une relation de confiance et de tisser un lien avec le client.

Un grand écart difficile

Un grand écart difficile pour tous ceux qui pensaient que la numérisation totale du processus de réservation serait une solution aux

frais de personnel et à la pénurie de personnel qualifié. L'utilisation et le partage des données sont aussi des points importants. Les voyageurs ne considèrent pas directement le partage des données avec les organisateurs de voyage comme un problème. Surtout si ce partage leur confère un avantage direct. Toutefois, il peut y avoir une certaine réticence si les clients ne savent pas avec qui leurs données sont partagées.

Astuces du chatbot

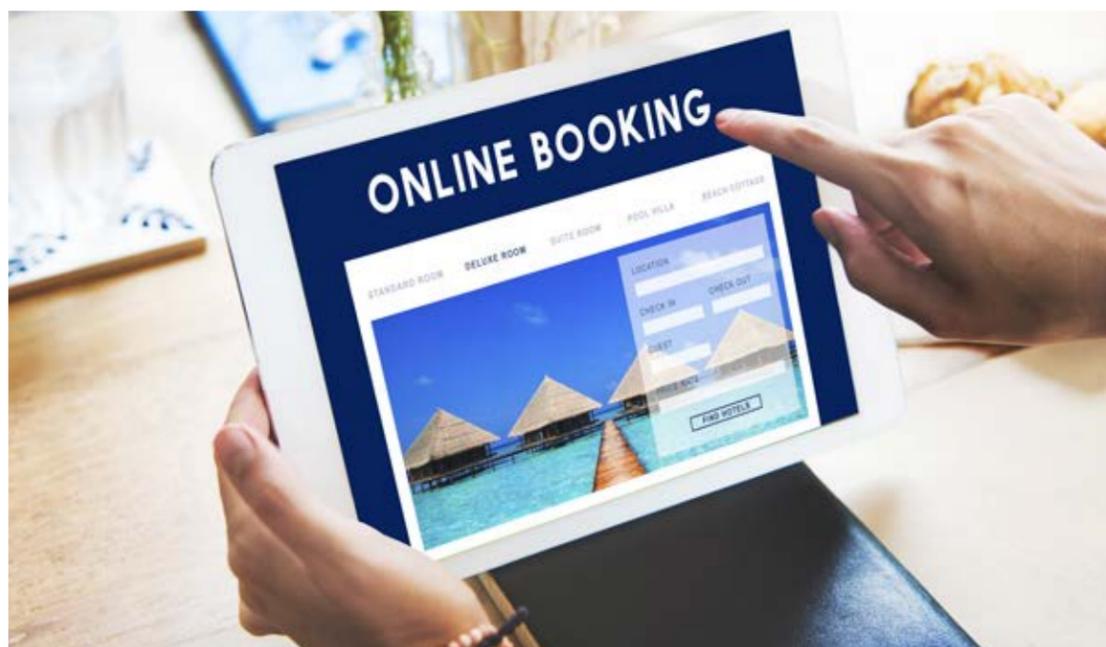
Malgré tout, des outils numériques adaptés peuvent faire gagner du temps et de l'argent. Une bonne visibilité en ligne et un site web bien pensé (ou une appli) avec un processus de réservation simple, sont essentiels pour tous les campings et organisateurs de séjours. La numérisation peut toutefois aller encore plus loin et même faire augmenter le chiffre d'affaires. Pensez par exemple à un chatbot qui suggère des activités et des sites touristiques sur le lieu de vacances, ou qui réserve

une table dans un restaurant. Les clients qui utilisent un assistant numérique peuvent dépenser jusqu'à trente pour cent de plus pendant leur séjour que les clients qui ne l'utilisent pas.

La recherche de l'équilibre

Pour toutes ces raisons, de nombreuses entreprises cherchent le moyen d'allier efficacement la numérisation et le contact humain. Rien de plus simple. Indiquer un numéro de téléphone ou proposer une fonction chat avec un collaborateur sont déjà deux gestes simples pour gagner la confiance du client. Les chatbots intelligents vont encore plus loin et sont capables de reconnaître les émotions, et donc, de répondre à la colère, la surprise ou le stress.

La route vers l'équilibre parfait entre humain ordinateurs est encore longue et semée d'embûches, mais une conclusion s'impose : la valeur du contact humain ne doit pas être sous-estimée !



Assistant numérique chez Suncamp

Le tour opérateur Suncamp travaille depuis 2020 avec l'assistant numérique Anna. Les clients s'inscrivent avant leur départ et reçoivent des conseils et des informations utiles d'Anna. Ils peuvent aussi poser des questions à l'assistant numérique via WhatsApp, par exemple « Où y a-t-il un bon restaurant tout près ? ». Les clients qui ont expérimenté ce service en 2020, l'apprécient énormément. Près de 97 % souhaiteraient encore recevoir des conseils d'Anna pendant leur prochain séjour.

Widgets ACSI : faites savoir aux visiteurs de votre site web que la qualité compte pour vous



Label de qualité reconnu par des millions de campeurs

Le logo ACSI est un label de qualité que des millions de campeurs européens connaissent bien. En plaçant le logo ACSI sur votre site web, vous montrez votre collaboration avec ACSI. Cela peut rassurer vos futurs clients.

Montrez les avis sur votre camping

Outre le logo ACSI, les avis sur votre camping sont aussi essentiels pour vos futurs clients. En montrant la note moyenne donnée par d'anciens clients, en intégrant un lien vers les avis, vous aidez les clients à choisir leur camping.

Installez votre widget gratuitement

L'utilisation d'un widget est gratuite et sa création est très simple.

En tant que camping ACSI, vous avez la possibilité de placer un widget ACSI sur votre site web. Vous pourrez ainsi tirer pleinement profit de l'engagement qualité ACSI. Un widget est un petit élément graphique pouvant être inséré facilement sur votre site web et qui permet aux visiteurs de votre site d'obtenir des informations utiles. Il peut par exemple s'agir du logo ACSI ou de la note moyenne attribuée par les clients qui ont laissé un avis sur votre camping sur nos sites ou applis.

Vous pouvez télécharger 3 types de widgets :

1. Widget d'évaluation
2. Widget logo
3. Widget logo + Widget d'inspection



Widgets ACSI :

- Facile à créer
- Facile à insérer sur votre site web
- Valeur d'attention élevée pour les visiteurs
- Montrez que vous travaillez en partenariat avec ACSI

Camping La Vallée Verte

8,2

11 avis

Sanitaire	7,9
Personnel	8,1
Rapport qualité-prix	7,9
Adaptation aux enfants	7,9
Amusement	8,2
Equipements sportifs	7,9
Piscine	7,9
Nourriture et boissons	7,9
Entourage	8,4

[Add a review](#)



Annually inspected by ACSI

Pour plus d'informations, consultez [Eurocampings.fr/widget](https://www.eurocampings.fr/widget)

Un concept créatif et efficace

ACSI FreeLife TestTour 2021

Les campeurs qui ont l'habitude de se côtoyer au camping savent mieux que personne quels éléments sont essentiels à une caravane ou à une voiture de traction. Ce n'est pas un hasard si les campeurs tiennent le rôle principal du ACSI FreeLife TestTour. De quoi s'agit-il au juste et quel peut être l'impact sur votre camping ?

L'été dernier, quatre équipes test ont séjourné dans le sud de l'Autriche, en Carinthie. Pour ce voyage, elles ont pu compter sur des équipements Volvo et Fendt, ce qui a donné lieu à de nombreuses conversations avec d'autres campeurs plutôt enthousiastes. La région, mais aussi les campings où les équipes ont séjourné ont été mis en avant par le biais de reportages, de blogs et de nombreuses vidéos.

Concepts créatifs

Les régions contactent de plus en plus souvent ACSI pour se renseigner sur des outils de communication créatifs, qui allient le print, les contenus en ligne et la vidéo. Les créateurs du magazine ACSI FreeLife imaginent donc régulièrement de nouveaux concepts, qui apportent bien plus qu'une simple publicité. Pensez notamment à un voyage en groupe, à un séjour personnalisé en camping, à une fiche détaillée qui présente le camping, ou encore à une interview avec le propriétaire du camping. Parmi toutes ses idées créatives, la plus importante est l'ACSI FreeLife TestTour, qui connaît sa cinquième édition en 2021. Pour ce projet, nous travaillons avec une région touristique, un fabricant de voitures et un fabricant de caravanes et / ou de camping-cars. C'est bien cette collaboration qui fait la force du projet.

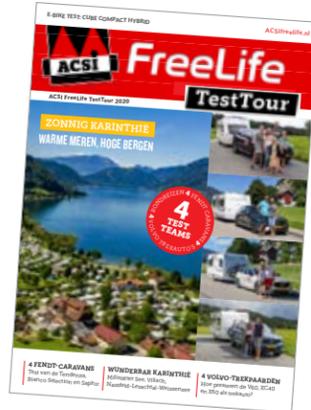
Équipes test

ACSI FreeLife est la marque de référence du spécialiste euro-

péen du camping ACSI, grâce à laquelle les amateurs de camping reçoivent des tas d'informations et d'idées relatives au camping. La rédaction fait découvrir de manière positive et amusante, tant, en ligne que hors ligne, les différentes destinations possibles et surtout, les équipements nécessaires au confort des campeurs. Pour le ACSI FreeLife TestTour, nous composons quatre équipes au profil varié afin que chaque lecteur de ACSI FreeLife puisse s'identifier. Grâce à cette variété, ils peuvent savoir quel séjour et quel ensemble voiture-caravane leur convient le mieux. Nous avons par exemple une équipe de bons-vivants, en quête du moindre moment de détente et d'aventures culinaires. Ou encore une équipe de personnes actives, qui ne reculent devant aucun défi. Ensuite, nous avons aussi une équipe de campeurs en famille et une équipe d'amateurs de culture.

Impact

Pendant le TestTour, nous traduisons les expériences des équipes en articles, comptes rendus, vidéos, photos, vlogs et posts sur les réseaux sociaux. L'objectif du projet est de dessiner un tableau authentique et inspirant pour avoir une portée suffisamment importante sur une longue durée. Pour le TestTour en Carinthie, nous avons prévu quatre dossiers distincts, publiés dans plusieurs numéros. Le lecteur trouve ainsi une histoire complète, avec les retours sur le voyage, sur la caravane et sur la voiture.



Faits & Chiffres

- ACSI FreeLife TestTour a déjà été organisé 4 fois
- 4 équipes testent 4 nouveaux équipements de camping
- 25 vidéos
- 24 blogs
- 40 posts Facebook
- 92 pages dans les magazines ACSI FreeLife
- Tous les retours sont rassemblés dans un mini-magazine du TestTour, que nous joignons au guide ACSI Campings Europe. Le tirage est de 47 000 exemplaires
- Au total, nous touchons donc plus de 2 500 000 de campeurs néerlandais

Intéressé ?

En 2021, les 4 équipes test prendront la direction de Bern, en Suisse. Un voyage qui promet d'être spectaculaire. Vous êtes intéressé par le projet ou par les autres formes de collaboration avec le magazine ACSI FreeLife ? N'hésitez pas à nous contacter en envoyant un email à Mariëlle Dekkers-Vrugink, à l'adresse mdekkers@acsi.eu.

Les 4 profils de campeurs

Équipe Amateurs de culture

Pour les amateurs de culture, un séjour en camping implique forcément de se plonger dans l'histoire de la région où ils séjournent. Un monument, un centre-ville historique, des coutumes locales, ... toutes les spécificités de la région intéressent ces campeurs. La culture est dans leurs gènes, cette équipe prend donc la route dans un camping-car loin d'être banal ou dans un ensemble voiture-caravane.



Équipe Personnes actives

L'équipe Personnes actives voyage en caravane compacte ou en camping-car. Les vélos les accompagnent dans toutes leurs aventures. Du moment que cette équipe peut être à l'extérieur, tout va bien. Cette équipe préfère camper dans un camping d'où démarrent de nombreux itinéraires de balades à vélo et de randonnées. Flâner toute la journée près de la caravane ne fait pas partie du programme.



Équipe Bons-vivants

Pour cette équipe, le camping est synonyme de liberté. Cette équipe fait chaque chose en son temps. Pour elle, c'est le camping qui détermine la destination. Le camping doit en effet être très confortable et comprendre de nombreuses infrastructures, telles qu'un très bon restaurant. Cette équipe aime le confort et sait profiter des petites joies de la vie.



Équipe Campeurs en famille

Pour l'équipe Campeurs en famille, il est essentiel que les enfants puissent s'amuser. Si les enfants s'amuse, papa et maman peuvent aussi profiter de leurs vacances. Naturellement, la caravane ou le camping-car de la famille est équipé de tout le nécessaire pour le quotidien.



La phase d'inspiration lors du choix d'une destination de camping

Où irons-nous camper cet été ?

L'année écoulée, marquée par la pandémie, a bouleversé le monde. Conséquence de cette crise sanitaire : une pluie d'annulations des séjours et des salons de camping. Le bout du tunnel n'est pas encore en vue. Les professionnels du tourisme au niveau national et régional ont dû s'adapter. Quelles sont les alternatives ?

Les salons de vacances et de camping du début de l'année sont typiquement des occasions pour de nombreux offices de tourisme d'établir un contact avec les campeurs qui cherchent des idées pour leur prochain séjour. Ils sont dans une phase où ils veulent être surpris et avoir de nouvelles idées. Dès mars 2020, la grande majorité des salons ont été annulés, ce qui a suscité de nombreuses questions chez les professionnels : comment allons-nous raconter notre histoire aux campeurs et quand allons-nous communiquer, puisque nous ne savons pas encore quand il sera possible de partir à l'étranger ?

Être visible, même s'il n'est pas (encore) possible de voyager
Ces derniers mois, ACSI a été bombardée d'interrogations de pays et de régions qui se demandaient comment continuer. Dans toutes nos conversations, nous avons

souligné le fait que c'est justement le moment idéal d'être visible pour les campeurs. Récemment, ACSI a mené des études auprès de 24 000 campeurs européens. Ces études ont montré que tout le monde aspire au voyage, notamment dans les pays étrangers. Il est donc essentiel que le campeur, qui a hâte de partir en vacances, soit inspiré par votre histoire.

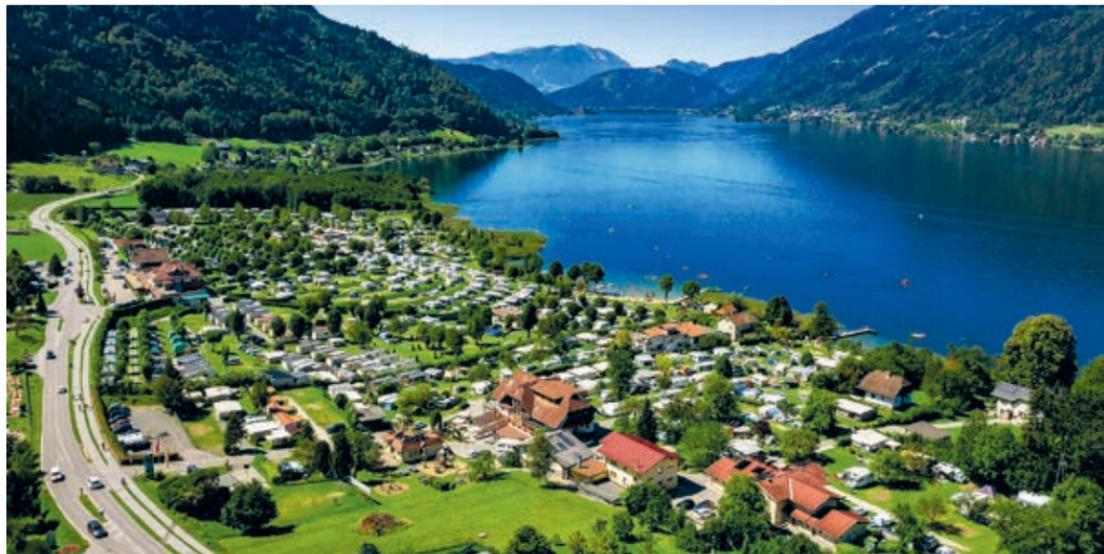
Les propriétaires de camping sont ambassadeurs de leur région

En tant que propriétaire de camping, vous connaissez mieux que personne les particularités de votre région et en êtes fier : sur le site web de votre camping, sur vos brochures et sur place, avec toutes sortes d'activité. Souvent, nous voyons des propriétaires de camping actifs auprès des offices de tourisme régionaux ou auprès de leur propre fédération de camping.

Certains pays ne réalisent pas l'importance capitale des séjours en camping sur le tourisme. Heureusement, de plus en plus de régions en devinent bien l'intérêt. Depuis, ACSI a lancé plusieurs campagnes très réussies dans 17 régions d'Europe.

Un projet pour tous les budgets

Par ailleurs, ACSI FreeLife Test-Tour s'est rendu dans cinq régions d'Europe, avec à la clé des vidéos incroyables, des reportages exceptionnels et une portée énorme dans les régions néerlandophones. Même pour les plus petits budgets, nous, accompagné des offices de tourisme et des fédérations de camping, savons trouver une communication adaptée, pour que le campeur choisisse votre région. Une étape importante pour votre camping. Vous souhaitez en savoir plus ? Appelez le +31 (0)488 452055 ou envoyez un email à sales@acsi.eu.



ACSI à la télévision néerlandaise

L'objectif d'ACSI : faire découvrir les joies du camping, même en pleine pandémie. Le camping, c'est avant tout un moment de détente, pour profiter de la nature et pour passer des vacances en toute sécurité. En 2020 et en 2021, nous avons pu le faire découvrir à des millions de téléspectateurs néer-

landais par le biais du programme RTL Kampeert et Camp to Go. Une belle façon d'inspirer tous les vacanciers.

Inspirer les téléspectateurs

Des Ardennes à Gérone, et de la Veluwe à la Wallonie, les présentateurs du programme ont voyagé

vers les plus belles destinations. ACSI était du voyage ! Ainsi, le camping De Paal, le camping El Delfin Verde et le camping Beerze Bulten ont pu être mis en avant. Les téléspectateurs ont pu découvrir les joies du camping. RTL Kampeert a attiré environ 1 million de téléspectateurs par épisode et Camp to Go a réuni un total de 6,5 millions de téléspectateurs !

Toucher un large public

ACSI est ravie de participer à des programmes tels que Camp to Go et RTL Kampeert. C'est une bonne manière de présenter le camping à un large public. La participation d'ACSI aide ces programmes à voir le jour. C'est pour cette raison qu'ACSI sera présente dans les prochaines saisons de ces programmes.



Colophon

Publication

ACSI Publishing BV
Geurdeland 9
6673 DR Andelst - Pays-Bas
Postbus 34
6670 AA Zetten - Pays-Bas
Tel. +31 (0)488-452055
E-mail : info@acsi.eu
Internet : www.acsi.eu

Direction : Ramon van Reine

Rédacteur en chef : Frank Jacobs

Coordination / Rédaction finale : Thijs Saat

Rédaction : Alena Gebel, Rik Hoitink, Charlotte Kipp, Marieke Krämer, Bram Kuhnen, Ria Neutel, Katinka Schippers, Vincent Smit, Bianca van Steenberg, Jeroen Timmermans, Olle Vastbinder

Vente d'annonces publicitaires : ACSI Sales (sales@acsi.eu)

Rédaction images : Maurice van Meteren

Mise en page : Suzanne Bas, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Ton Oppers, Mariëlle Rouwenhorst, Tina van Welie

Mise en forme : Ton Oppers

Impression : Rodi Rotatiedruk

Gestion impression : Ronnie Witjes

L'actu en bref

Les campeurs ont hâte

Les campeurs de toute l'Europe trépignent d'impatience en attendant de retourner au camping. Alors que de nombreux pays sont encore sous le coup de mesures sanitaires strictes, ACSI, spécialiste du camping, enregistre un nombre record de visites sur ses sites web. « Nous avons prévu que les campeurs auraient hâte de revenir au camping cette année. Après un hiver très calme, nos sites web ont dépassé les chiffres de visite des dernières semaines de 2019. La semaine dernière, le nombre de téléchargements de notre appli a augmenté de 120 pour cent. Les campeurs sont confiants », explique Ramon van Reine, PDG d'ACSI.

De bonnes conditions de réservation sont plus importantes que le vaccin

Des enquêtes du tour opérateur Suncamp, qui opère avec ACSI, ont montré que des conditions de réservation avantageuses et des recommandations de voyage positives au moment de la réservation d'un séjour sont plus importants que l'avancement de la vaccination. À l'occasion de cette enquête, 77 % des clients Néerlandais, Allemands et Anglais interrogés ont indiqué vouloir partir en vacances cet été.

Tendances camping 2021

1. Progrès du camping chez les « millennials »
2. Envie d'aller à l'étranger
3. Des vacances sécurisées et saines
4. Camper en toute autonomie
5. Campings à thème

ACSI et TomTom travaillent ensemble

Les POI (Points of Interest, ou points d'intérêt) d'ACSI ont été intégrés au système de navigation TomTom GO Camper au cours du dernier trimestre de 2020. Les campeurs reconnaissent les campings ACSI immédiatement grâce au logo sur la carte et dans les résultats de recherche. L'autre aspect de cette collaboration, c'est l'intégration de TomTom Maps dans plusieurs produits numériques ACSI. Par ailleurs, des itinéraires ACSI ont été ajoutés à TomTom RoadTrips. Il est encore plus facile pour les campeurs de trouver leur camping idéal.

Pour plus d'actus, consultez ACSI.eu.



Votre partenaire marketing pour l'Europe



Nouveau **ACSI** camping.info Booking

Votre plateforme de réservation européenne aux 40 millions de visiteurs



ACSI Guides de camping

Votre camping apparaît dans différents guides ACSI, qui sont vendus dans plusieurs pays. En 2022, le tirage total des guides sera de 701 500 exemplaires. Une seule annonce vous permet de bénéficier d'une publicité supplémentaire sur d'autres canaux en ligne d'ACSI.

Eurocampings.eu

Vos informations de camping détaillées sont diffusées gratuitement sur le site de camping le plus visité d'Europe, qui est disponible en 14 langues. Les visiteurs du site Eurocampings.eu sont vos clients potentiels ! Souhaitez-vous vous démarquer encore plus ? En votre qualité d'annonceur, la mention de votre camping bénéficie d'une attention particulière auprès des campeurs européens.



ACSI-apps

Vos informations de camping détaillées sont insérées gratuitement dans l'appli ACSI Campings Europe. Cette appli disponible en 13 langues, peut être consultée avec ou sans connexion Internet. En tant qu'annonceur, vous bénéficiez ici aussi d'une mise en avant supplémentaire.

En 2022, le nombre total de visites

sur les sites web et applis ACSI est estimé à 22 400 000.

Consultez les possibilités de promotions proposées sur :

www.ACSI.eu