

ÉDITION AUTOMNE 2019

Le Monde ACSI est une publication semestrielle du spécialiste incontesté du camping en Europe. Dans cette édition, vous en apprendrez plus sur la prévention des incendies pour les équipements de camping, le rôle de la supérette de camping, les guides de camping ACSI, ACSI Booking, ACSI Datawarehouse et ACSI FreeLife TestTour.

LE BREXIT

Quelles conséquences pour les campeurs de et vers le Royaume-Uni ? Les premiers chiffres indiquent une baisse du nombre de touristes.

► Lisez notre article [enpage 3](#)

LA FRANCE, PAYS DE CAMPING AUX DEUX VISAGES

Antoinette de Prévoisin, chargée de veille, nous parle de l'avenir du camping dans ce pays très prisé.

► Lisez notre article [enpage 4](#)

ACSI CAMPSITE PORTAL

Après un temps d'adaptation, les campings et les inspecteurs sont très satisfaits de ce nouvel outil.

► Lisez notre article [enpage 6](#)

LE WIFI AU CAMPING

Avec une utilisation en constante augmentation, quelles sont les dernières tendances et quels défis sont à prévoir ? Trois spécialistes vous répondent.

► Lisez notre article [enpage 8](#)

CAMPINGS CITADINS EN EUROPE

Les citytrips ont le vent en poupe. Quatre campings, à Paris, Hambourg, Rome et Deventer, nous expliquent comment ils se sont adaptés.

► Lisez notre article [enpage 10](#)

LE SUCCÈS DU CAMPING-CAR

Plus de 1,9 millions de camping-cars circulent en Europe, et ce chiffre est en constante augmentation. Comment réagissent les campings pour pouvoir les accueillir ?

► Lisez notre article [enpage 12](#)

LE POUVOIR DES PLATEFORMES

Cor Molenaar, professeur d'eMarketing, vous éclaire sur les plateformes telles que Booking.com et AirBnB, qui promettent facilité et diversité aux consommateurs. Quels impacts sur le secteur du camping ?

► Lisez notre article [enpage 13](#)

Résultats de l'enquête ACSI

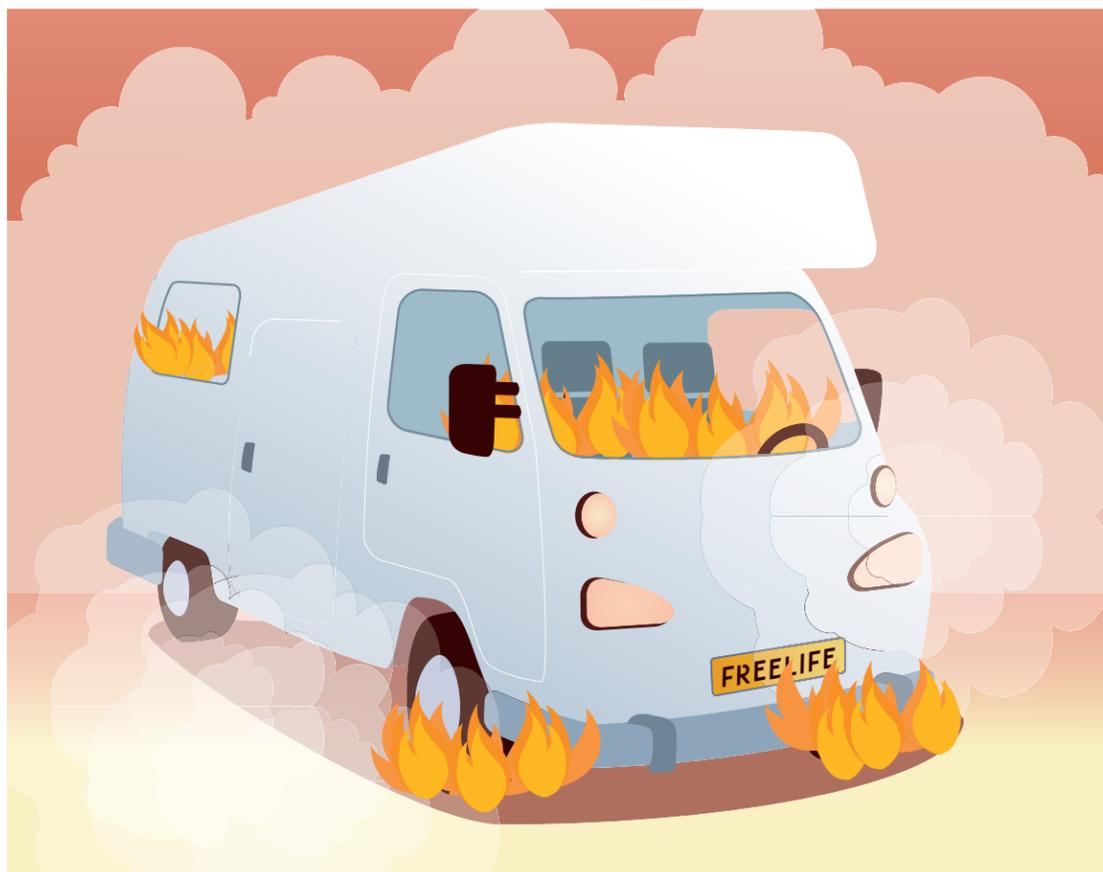
Les risques d'incendie Caravannes et Camping-Cars

En Europe, les campings peuvent bien faire leur maximum et respecter toutes les normes de sécurité incendie, si les touristes campent avec des équipements non sécurisés, le risque d'incendie est plus élevé que vous ne le pensez. Malheureusement, une enquête ACSI montre que tous les campeurs n'accordent pas forcément assez d'importance à la prévention des incendies dans leur équipement de camping.

ACSI FreeLife, le magazine camping d'ACSI, résume régulièrement les contrôles à effectuer avant de prendre la route vers les vacances avec son équipement de camping. La prévention des incendies est, en plus de la sécurité routière, un point essentiel de cette thématique. Pour savoir si ces contrôles étaient réellement effectués, ACSI FreeLife a mené une enquête auprès de ses lecteurs.

Un danger sous-estimé

Pas moins de 1100 personnes ont répondu à l'enquête. Il s'avère qu'un grand nombre d'entre eux sous-estiment le risque d'incendie. Les participants ont notamment dû dire s'ils effectuaient réellement le contrôle des



batteries du détecteur de fumée et du détecteur de monoxyde de carbone. Étonnamment, la majorité des campeurs ont répondu qu'ils n'étaient pas équipés de ces détecteurs. Pourtant, le danger existe, notamment à cause de l'utilisation du gaz (cuisine et

chauffage) et d'électricité (réfrigérateur et appareils ménagers). En outre, les équipements de camping n'offrent généralement qu'une seule sortie. Il est donc primordial de réduire ce risque au maximum.

Joop Stam, expert technique pour ACSI FreeLife, est très surpris des résultats de l'enquête.

« Le risque d'incendie est le plus élevé près des batteries, des chargeurs de batterie ou des

► suite en page 2

ACSI Campingführer Europa guide le plus apprécié en Allemagne

Dans de nombreux pays européens, les guides de camping ACSI sont presque tous épuisés. Si l'on en croit le Buchreport, revue allemande spécialisée dans la vente de livres, le guide ACSI Campingführer Europa est même le guide de camping le plus vendu en Allemagne en 2019.

L'Allemagne est toujours le plus grand marché d'ACSI. Ainsi, le nombre d'utilisateurs de la carte CampingCard ACSI, qui offre des réductions en basse saison, a augmenté de 9 % ces deux dernières années. Le guide ACSI Camping

Card & Stellplatzführer connaît également un énorme succès, avec une augmentation de 26 %.

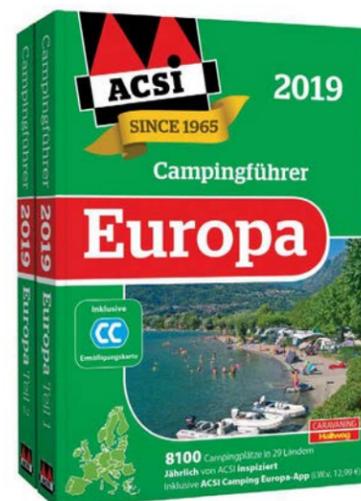
Dans les autres pays

Les Pays-Bas suivent l'Allemagne de près et restent le second marché d'ACSI. En 2019, ACSI a lancé un guide ACSI CampingCard & Aires camping-cars spécialement pour les campeurs francophones. Ce nouveau guide, reprenant tous les campings ACSI CampingCard et 9 000 aires de camping-cars, a connu une réussite telle qu'il est lui aussi presque épuisé. Dans le même temps, le nombre d'utili-

sateurs de la CampingCard ACSI en France a augmenté de 12 %. Les Espagnols ont également approuvé la CampingCard ACSI pour le printemps et l'automne. Pour cette région, l'augmentation des ventes de la carte est de 18 %.

Vente via Amazon

En juin dernier, ACSI s'est lancé dans la vente de guides de camping sur Amazon en Allemagne, en France, en Espagne et en Angleterre. À l'avenir, ACSI souhaite élargir cette offre à d'autres pays et d'autres réseaux pour améliorer encore la visibilité de ses produits.



► suite de la page 1

fusibles. Il est donc vivement recommandé de placer un détecteur au plafond à proximité de ces endroits. Attention, le détecteur de fumée se place généralement à distance de la gazinière, pas juste au-dessus. Cet appareil présente bien sûr un risque d'incendie, mais faire retentir l'alarme simplement en cuisinant n'est

pas très agréable. Le détecteur de monoxyde de carbone se place de préférence à environ un mètre et demi du sol. »

Détecteur de gaz

M. Stam conseille également aux campeurs d'installer un détecteur de gaz « Celui-ci se place plutôt au ras-du-sol, car le propane est plus lourd que l'air. Le détecteur doit donc être placé assez bas.

Veillez également à ce que votre coffre extérieur ou votre coffre pour bouteilles de gaz soit correctement ventilé. »

Heureusement, la plupart des campeurs vérifient toujours ou très souvent l'état de leurs bouteilles de gaz (88 %), des conduites de gaz (66 %) et du régulateur de pression de leur système à gaz (59 %) avant le départ. Toutefois, seulement 33 % des participants vérifient toujours ou très souvent l'état du filtre à gaz avant le départ.

Informé

Le camping peut bien sûr contribuer à la prévention des incendies en informant les campeurs des

50 % DES CAMPEURS N'ONT PAS DE DÉTECTEUR DE FUMÉE

dangers éventuels. Bien entendu, la prudence reste le maître-mot pour éviter les incendies et leurs conséquences dramatiques. De

même, il est toujours utile de vérifier si votre camping est bien préparé au cas où un incendie se déclarerait sur votre terrain ou si quelqu'un succombe à un empoisonnement au monoxyde de carbone. Avez-vous mis en place un plan d'urgence ? Vos équipes savent-elles comment réagir ?

Règles d'or des appareils au gaz

L'utilisation de bouteilles de gaz et d'appareils au gaz en camping présente en effet un risque. Voici quelques règles d'or pour éviter tout problème :

61 % DES CAMPEURS N'ONT PAS DE DÉTECTEUR DE MONOXYDE DE CARBONE

- Contrôlez, nettoyez et réglez vos appareils tous les ans.
- Si vous utilisez un appareil au gaz dans une tente, veillez à ne pas le placer trop près de

66 % DES CAMPEURS VÉRIFIENT LEUR CONDUITE DE GAZ

la toile ou d'autres matières inflammables, telles que les rideaux ou les serviettes.

- Quand vous cuisinez, utilisez toujours une protection contre les éclaboussures.
- Ne placez jamais vos bouteilles de gaz telles quelles dans votre caravane ou camping-car, placez-les à l'endroit prévu à cet effet (généralement un coffre extérieur) et assurez-vous que cet endroit soit correctement ventilé.
- Changez vos bouteilles de gaz de préférence à l'extérieur de la caravane ou de la tente.
- Faites appel à un expert si le raccordement ne se fait pas correctement. Ne tentez pas de résoudre le problème vous-même.
- Veillez toujours à ce que les espaces comprenant des appareils au gaz soient bien ventilés.



La supérette de camping

La vente sous toutes ses formes

Presque tous les campings vendent l'un ou autre article. Pour la majorité, c'est la réception qui sert de boutique. Néanmoins, certains campings disposent d'une supérette qui propose des articles du quotidien et des articles de camping. La supérette : indispensable ou atout supplémentaire ? Quatre campings partagent leur expérience.

Le **Camping Sunélia Domaine de la Dragonnière** est un grand camping de luxe (815 emplacements fixes à l'année, 702 locations) à Vias, dans le Sud de la France.

Le **Camping Des Bastides** est situé à Salles, dans le Lot-et-Garonne et compte pas moins de cent emplacements, dont vingt locations.

L'**Alevi Camping** est un petit camping, niché au cœur de la nature suédoise, à l'ouest de Stockholm, et compte seulement soixante emplacements ainsi que quelques locations.

Le camping **Recreatiepark De Boshhoek**, situé à Voorthuizen, à l'est d'Amsterdam, compte environ cent emplacements et presque cent locations.

Pourquoi avez-vous installé une supérette dans votre camping ?

Laurent Fel - Domaine de Dragonnière : Pour que nos clients n'aient pas à sortir du camping pour des petites courses.

Christian Boulic - Camping Des Bastides : Nous avons décidé d'offrir un service supplémentaire à nos campeurs.

Willy Schreiber - Alevi Camping : C'est un service supplémentaire pour les clients. Le magasin le plus proche se trouve à

15 kilomètres.

Manon Horsting - Recreatiepark De Boshhoek : C'est un service que nous offrons à nos clients.

Quels types de produits proposez-vous ? Avez-vous modifié votre offre de vente au fil des ans ?

Dragonnière : Nous proposons les denrées alimentaires les plus courantes : des fruits, des légumes, des produits laitiers et de quoi faire des sandwiches. Notre supérette offre également des boissons fraîches, de l'eau, de la bière, des pâtes, des conserves, des biscuits, des bonbons, des chips, et bien sûr, des glaces.

Des Bastides : Nous vendons surtout du pain, mais aussi du riz, des pâtes et des conserves de légumes. Nous disposons également des produits hygiéniques de base. Ensuite, nous proposons des boissons fraîches et des produits locaux (notamment du pâté). Avant, nous avions aussi des fruits et des légumes frais, mais s'agissant de denrées périssables, c'était compliqué à gérer.

Alevi Camping : Nous vendons du pain, du café, du thé, des muffins, des boissons fraîches, des chips, des bonbons et des glaces. Nous avons aussi des cartes postales,



des timbres et des souvenirs. Nous proposons également des produits contre les moustiques et les brûlures.

De Boshhoek : Notre supérette propose tout ce dont vous pouvez avoir besoin au cours de la journée. Les sandwiches rencontrent un succès énorme.

Votre supérette est-elle rentable ? Ou le profit n'est-il pas votre objectif ?

Dragonnière : Nous la considérons plutôt comme un service, mais elle est rentable.

Des Bastides : Nous offrons ce service à nos clients et ne faisons pas de profit avec.

Alevi Camping : Elle est rentable, mais les profits sont très maigres.

De Boshhoek : Elle est rentable, mais notre priorité est d'offrir un service.

Qui gère la supérette : vos équipes ou une personne extérieure ?

Dragonnière : Nous louons la supérette. Tout le monde est intéressé parce que notre camping est très grand.

Des Bastides : Nos équipes. Avant, nous vendions le pain d'un boulanger local, mais à cause de problèmes de personnel, nous faisons nous-mêmes le pain désormais.

Alevi Camping et De Boshhoek : La supérette fonctionne avec nos équipes.

Où se trouve la supérette ?

Dragonnière : Sur la place centrale, à côté de la boulangerie. Nous avons donc une véritable boulangerie, un magasin de vêtements de plage, d'été et de souvenirs.

Des Bastides : À côté de la réception.

Alevi Camping : La supérette fait partie de la réception.

De Boshhoek : La supérette est reliée à la réception. Nous avons aussi une boutique en ligne, pour

que nos clients puissent commander leurs courses avant leur arrivée.

Êtes-vous satisfaits de votre supérette actuelle ?

Alevi Camping et Dragonnière : Nous sommes très contents et n'avons pas prévu de changements dans le futur.

Des Bastides : Nous sommes satisfaits, mais si nos clients ont besoin d'un article que nous n'avons pas, nous étudions la possibilité de l'ajouter à notre assortiment.

De Boshhoek : Nous avons rénové la supérette en juin dernier. Nous en sommes très satisfaits et nos clients également.

Avez-vous des conseils pour les autres campings qui ont ou souhaitent avoir une supérette ?

Dragonnière : Nous accordons une importance particulière à l'amabilité du personnel. Pour nos clients, toute expérience au camping doit être agréable, la supérette, même si nous la louons, doit donc également être irréprochable. Nous garantissons une qualité constante grâce à des enquêtes de satisfaction.

Des Bastides : Nous pensons qu'une supérette est un service indispensable, que les clients recherchent dans chaque camping.

De Boshhoek : Accueillez vos clients chaleureusement et faites-leur vivre une belle expérience. Veillez à l'efficacité de vos campagnes marketing et à ce que votre supérette soit facile à trouver.



Cher propriétaire ou gérant de camping,

Pour la plupart d'entre vous, le plus gros de la saison est passé. Nous avons à nouveau connu un printemps et un été au climat très surprenant. Si le printemps dans le Sud de la France, en Italie et en Croatie a généralement été froid et humide, fin juin, ces pays ont enregistré des records de chaleur, avec des températures souvent supérieures à 40 degrés. Les statistiques indiquent en effet que l'année 2018 est l'une des plus chaudes jamais enregistrées en Europe. Cette décennie est la plus chaude depuis l'apparition des relevés de température. La météo s'est donc une nouvelle fois montrée capricieuse, et les habitudes des campeurs ont suivi cette tendance. Malheureusement, la météo échappe à notre contrôle. En revanche, nous sommes en mesure de mieux renseigner et mieux accompagner nos campeurs. Dans cette édition du Monde ACSI, le professeur Dr. Cor Molenaar nous explique le pouvoir et l'utilité des plateformes de réservation. Il

enseigne à l'Erasmus Universiteit Rotterdam et est spécialiste de l'application marketing des technologies de l'information. Les données clients forment une partie essentielle des plateformes de réservation. ACSI dispose d'une base de données clients de pas moins d'un millions de campeurs dans toute l'Europe. En page 14, vous découvrirez comment nous allons encore améliorer ce chiffre. Le monde évolue rapidement. Lors d'un congrès sur l'industrie automobile, j'ai remarqué le slogan suivant : « l'avenir n'a jamais été aussi proche ». Il exprime à lui seul l'essence même de notre époque. Le client évolue rapidement et nous devons nous adapter de plus en plus vite. Ces mêmes clients qui cherchent parfois des locations de luxe. Dans cette édition du Monde ACSI, nous vous tenons informés des tendances en évolution constante du marché. Certains campeurs ont acheté leur tout premier camping-car. Comment vous adapter en tant que propriétaire

de camping ? Nous vous exposons quelques éléments clés. Dans les deux éditions précédentes, ce sont des spécialistes néerlandais et allemands qui se sont exprimés sur leur vision du camping et leurs prévisions pour l'avenir. Cette fois, la parole est à une française, Antoinette de Prévoisin. Antoinette est très connue sur le marché du camping en France et y porte un regard nouveau. J'espère que cette édition du Monde ACSI saura vous inspirer et vous donner de nombreuses idées. Au bout du compte, notre objectif est le même : offrir les plus belles vacances possibles au plus grand nombre de campeurs.

Cordialement,

Ramon van Reine
PDG ACSI

Flux de touristes depuis et vers le Royaume-Uni Net recul des vacances en camping : la faute au Brexit

En 2019, tout le remue-ménage autour du Brexit a causé une baisse, parfois très nette, du nombre de séjours en camping depuis et vers le Royaume-Uni. Les conséquences sont visibles en Angleterre, en Irlande et pour plusieurs destinations de camping appréciées en Europe.

Pour les campings en Angleterre, le tourisme a très sérieusement souffert du Brexit. De nombreux campings, dont le Robin Hood Caravan Park et le Crows Nest Park au Yorkshire, ont enregistré une baisse record du nombre de touristes européens. Dans le même temps, ils ont vu une forte augmentation du nombre d'Anglais en vacances dans leur propre pays. L'Irlande, elle, est relativement épargnée, d'après les déclarations des campings tels que le Balinacourty House et le Apple Farm, dans le comté de Tipperary, à l'ouest du pays. Ils estiment que les touristes étaient principalement soucieux des voyages allers et

retours via l'Angleterre.

L'incertitude : un frein puissant
Pour un certain nombre de pays européens généralement très appréciés des Britanniques, le nombre de campeurs originaires de ce pays a fortement diminué. Aux Pays-Bas, le camping Vakantiepark Delfse Hout (à l'ouest du pays) a enregistré une baisse de trente pour cent des touristes anglais. Le Camping Koningshof à Rijnsburg (au-dessus de La Haye), dont les clients sont pour un quart Britanniques, a également constaté une baisse, mais plus légère : entre cinq et dix pour cent. « L'incertitude pour les Britanniques est un frein puis-

sant », explique Flip Kromhout du Koningshof. « Ils attendent avant de réserver, et restent donc le plus souvent dans leur pays, puisqu'une fois qu'ils réservent, les campings en Europe sont déjà tous complets. » Néanmoins, il ne se soucie pas outre mesure des développements futurs du Brexit. « Pour les Britanniques, les Pays-Bas resteront toujours une destination idéale et plutôt proche. »

France -18 %
Les chiffres du baromètre camping Sequoiasoft indiquent que le nombre de réservations des Britanniques pour la France a baissé de 15 à 18 pour cent au cours



des quatre premiers mois. En revanche, le nombre de réservations des Français dans leur propre pays a augmenté de 16 % à la fin février. La chaîne de camping française Hutttopia indique que le nombre de campeurs Anglais en possession

d'une CampingCard ACSI a baissé. La chaîne Sunélia, qui possède de nombreux campings en France, a pour sa part décidé d'étudier un partenariat avec la chaîne britannique Best of British (BOB) pour contrecarrer les effets du Brexit. Ensemble, ils font la promotion du tourisme en camping entre l'Angleterre et la France. Sunélia a indiqué que le nombre de réservations de Britanniques pour leur chaîne avait doublé à la mi-mai par rapport aux chiffres de la même période l'année dernière. Enfin, en Espagne, les campings Playa Tropicana et Torre La Sal sur la Costa del Azahar (du côté de Valence) ont déclaré ne pas avoir encore ressenti de différence par rapport à 2018 dans le nombre de réservations de touristes du Royaume-Uni.



Les touristes européens qui souhaitent aller en Irlande sont souvent effrayés par le trajet via l'Angleterre.

Une hôtellerie de plein air à deux visages

Avec près de 6000 campings classés en France, les campeurs bénéficient d'un maillage d'une grande richesse et d'une grande diversité. Les petits campings sont les plus nombreux et se répartissent sur tout le territoire. Les plus gros ont les meilleures places et réalisent l'essentiel du chiffre d'affaires du secteur. Un secteur à deux visages dont les contours se sont dessinés avec plus de précisions durant ces 20 dernières années.

Contre toute attente, les réservations Internet effectuées au cours du mois de juin pour des séjours en campings ont enregistré une hausse de près de 30% par rapport aux trois mois précédents. Ce constat réalisé par les spécialistes de logiciels de gestion, de commercialisation et de réservations en ligne pour les campings, conclue de façon positive une avant-saison 2019 qui s'était montrée incertaine et éprouvante jusque début juin. Les offres de dernière minute ont eu beaucoup de succès grâce à la météo exceptionnelle de cette fin de mois, entraînant un regain d'intérêt de la part des clientèles étrangères. Mais les Français restent tout de même la première clientèle des campings de l'Hexagone. Et d'une manière générale, ce sont les campings 4 et 5 étoiles qui ont le plus bénéficié de ce mouvement.

Une multitude de petits campings

Ces analyses ne sont le fait que des campings équipés d'un logiciel de gestion et de réservation



Les plus nombreux en France sont les petits campings dispersés dans tout le pays.

en ligne. Elles représentent un échantillonnage de campings de petite et de grande taille, classés de une à cinq étoiles, avec cependant en proportion une part importante de terrains de grande taille et classés de 3 à 5 étoiles. Or, plus de la moitié des près de 6000 campings classés en France (56%) sont des petits terrains de moins de 50 emplacements. On compte également quelque 2000 campings non classés. L'état du marché dont on peut parler, chiffres à l'appui, ne serait-il donc que celui d'une partie du secteur ? C'est évident. Car des mouvements économiques s'opèrent depuis plus

de 20 ans dans l'hôtellerie de plein air et tendent à séparer le marché en deux. D'un côté, des petits terrains disparaissent faute de moyens pour se mettre aux normes et investir dans des équipements de loisirs qui séduisent les vacanciers. De l'autre, les établissements de plus de 150 emplacements (et c'est un minimum) sont rachetés par des groupes intégrés.

Chaînes et groupes : la concentration des campings

D'une approche artisanale le camping s'est professionnalisé, équipé et modernisé. Il a connu une première concentration dès le

début des années 60 avec des propriétaires de campings indépendants qui ont décidé de se fédérer autour de valeurs communes pour mutualiser leurs actions de commercialisation et de communication. Les chaînes de campings sont nées et ne concernaient alors que 8% des campings en France. Puis au début des années 2000, le secteur a vu de nouveaux opérateurs s'introduire sur la place alors que les campings se montraient dynamiques, inventifs et se révélaient réellement florissants. Ces investisseurs souvent issus d'autres secteurs d'hébergements touristiques comme les résidences de tourisme, ont l'ambition de proposer un large choix de destinations sur tout le territoire français et dans les lieux les plus prisés. Ils convoitent et rachètent les établissements les plus grands, les mieux placés et les mieux équipés. Des établissements qui ont participé et bénéficié de la dynamique des chaînes indépendantes.

Conquête des territoires

En outre, c'est davantage à une lutte que l'on assiste aujourd'hui,

celles des chaînes de campings indépendants qui voient leurs adhérents se faire racheter par les groupes. Les catalogues des chaînes s'appauvrissent tandis que ceux des groupes s'enrichissent. Il ne se passe pas une semaine en effet sans que l'on apprenne le changement de main d'un camping indépendant passant sous le pavillon d'un groupe. C'est donc sur la qualité réelle des prestations que la vraie bataille va se livrer et dans ce domaine, c'est le client final qui aura le dernier mot. En attendant, c'est la guerre des prix à laquelle on assiste.

Aujourd'hui, on trouve encore des campings qui fêtent leurs 30, 40, voire 50 ans et dont la gestion est toujours assurée par les membres d'une même famille. Ces campings là font maintenant figure de résistants. Situés sur des territoires particulièrement attractifs, ils ont mis des décennies à modeler leurs établissements en répondant aux attentes de la société. Ils gèrent aujourd'hui des structures très abouties et ne se sont jamais sentis aussi convoités...



Les grands campings représentent la majorité du chiffre d'affaires total.



Antoinette de Prévoisin

Rédactrice en chef du magazine Décisions HPA (magazine pour les gestionnaires de terrains de camping), Antoinette de Prévoisin suit de près les développements dans le domaine de l'hôtellerie de plein air.

Recrutement

100 postes d'inspecteur à pourvoir

Chaque année, ACSI visite - et contrôle - plus de 10 000 campings. De cette manière, les informations des guides de camping ACSI, des applis et des sites web restent fiables et à jour. Afin de poursuivre efficacement ces visites annuelles, et d'accorder une plus grande attention aux campings, ACSI recrute cent nouveaux inspecteurs.

Actuellement, ACSI dispose d'environ trois cents inspecteurs. À l'issue de cette nouvelle campagne de recrutement, l'entreprise espère atteindre les quatre cents inspecteurs en 2020. Ce chiffre n'a pas été choisi par hasard, il correspond au total de régions à contrôler, ainsi, les inspecteurs pourront chacun se concentrer sur une seule région.

Présence en ligne

ACSI va activement recruter et souhaite également améliorer la maîtrise du numérique par ses inspecteurs. Le numérique, c'est l'avenir. Généralement, les (plus) jeunes sont plus à l'aise avec ces outils, raison pour laquelle

la campagne sera aussi visible là où se trouve ce public : en ligne. Entre autres, sur les sites web d'ACSI, mais aussi sur Facebook et YouTube.

Le visage d'ACSI

Une première réunion d'information sera organisée en novembre pour renseigner les candidats inspecteurs et arrêter un choix définitif. Ensuite, les nouveaux inspecteurs seront formés par ACSI pendant des journées spécialement prévues à cet effet en mars et en avril. À l'issue de cette formation, les inspecteurs seront prêts à travailler. La formation est essentielle, puisque l'inspecteur a une

fonction très importante pour ACSI. Il/Elle est non seulement un critique avisé de la qualité et de l'ambiance du camping, mais pour de nombreux propriétaires, il/elle est également « le visage d'ACSI ».

Profil d'un inspecteur

Pour ces raisons, nos inspecteurs doivent répondre à plusieurs critères, notamment, l'aisance avec les outils numériques. Bien sûr, il/elle est également un campeur chevronné, en possession de son propre équipement de camping et disponible de mai à août pour des missions de plusieurs semaines. Naturellement, un inspecteur doit aimer le contact et avoir un certain talent commercial. En d'autres termes, il/elle doit être polyvalent, après tout, c'est grâce à eux qu'ACSI pourra continuer de visiter tous ses campings et accompagner de nombreux campeurs dans leur séjour.



Le succès de la Slovénie

La Slovénie est devenue une destination très prisée ces dernières années. De plus en plus de touristes partent à la découverte de ce joyau encore méconnu. Son succès est tel que le pays est numéro un du nombre de nuits en camping en Europe. Comment s'explique cette réussite ?

La Slovénie : terre de diversité

Est-ce l'amabilité de la population locale, ou les prix relativement bas du verre de bière et d'un bon repas ? Ou bien cet engouement pour la Slovénie est-il dû à d'autres facteurs ? Pour Saša Verovšek, du bureau slovène du tourisme, c'est très clair : « Que vous alliez camper par vos propres moyens, ou que vous optiez pour un séjour glamping, vous séjournerez quoi qu'il

arrive à proximité d'une nature exceptionnelle et de points d'intérêts culturels, avec des panoramas à couper le souffle. Le paysage slovène est très varié, avec les hauts sommets montagneux, les grottes de la région de Karst, l'Adriatique et les collines verdoyantes ».

Le changement, c'est maintenant

Lidija Koren, propriétaire du Kamp Koren, à Kobarid, rejoint

Saša Verovšek sur les charmes de la nature slovène. Elle explique également que les touristes cherchent de plus en plus des destinations où ils pourront passer des vacances actives. La Slovénie offre de nombreuses possibilités sportives. Citons par exemple la randonnée, le rafting, le cyclisme ou le parapente. « Les changements climatiques jouent également un rôle important »,

continue Lidija. « Les températures sont de plus en plus élevées tout au long de l'année. Un bon argument pour aller camper dès le début du printemps ou même à l'automne. »

Un engouement « soudain »

Pourquoi le pays est-il soudainement si attractif ? Depuis 2011, le bureau slovène du tourisme développe une nouvelle stratégie marketing. Au cœur de ce plan : l'amélioration des services touristiques en Slovénie. Ainsi, le pays s'est concentré sur le déve-

loppement de produits innovants, destinés à augmenter le chiffre d'affaires lié au tourisme. Dans cette optique, la promotion d'un tourisme éco-responsable a été un facteur clé.

(source : <http://www.ukom.gov.si>)

Grâce à cette stratégie, de nombreux campings disposent maintenant d'équipements de qualité et capables de satisfaire les campeurs. Pour n'en citer que quelques uns, pensez aux aires de jeux, aux programmes d'animations, aux piscines pour enfants et aux centres de bien-être. En outre, les campings organisent des visites et excursions permettant de découvrir la Slovénie telle qu'elle est, sans perdre de vue le respect de l'environnement. Ce n'est pas pour rien qu'en 2016, la Slovénie a été le premier pays au monde récompensé du titre de « Green Destination ».

(source : www.stat.si)



La « rivière » du camping Terme Čatež, un camping de luxe au succès fulgurant dans le sud de la Slovénie.

Nombre de nuitées de touristes étrangers dans les campings de Slovénie :

2014	1 218 949
2015	1 344 658
2016	1 396 801
2017	1 689 050
2018	1 934 060

Nouvel environnement pour les campings et les Les portails ACSI : il faut s'habituer,

Chaque année, environ dix mille campings européens sont inspectés par ACSI sur environ deux cents équipements. Un travail de titan, effectué par trois cents inspecteurs. Cette année, l'équipe d'inspection a dû se familiariser avec une nouvelle méthode de travail. Les résultats de l'inspection et les accords en matière de promotion des campings sont désormais enregistrés sur deux systèmes interreliés en ligne : l'ACSI Inspector Portal et l'ACSI Campsite Portal.

Il faut être honnête : pour certains campings et inspecteurs, la transition n'a pas été facile, il a fallu s'habituer, mais au bout du compte, les deux portails faci-

« SI VOUS SAVEZ
LIRE, TOUT IRA
BIEN »

litent grandement le travail des deux principaux intéressés. Le risque d'erreurs dans les guides, les supports publicitaires et en ligne est plus faible, l'administration est plus simple et les campings ont plus de pouvoir sur les supports qu'emploie ACSI pour faire leur promotion.

Plus de contrôle

Cette année, pour la première fois, les bons de commande ont été envoyés par voie numérique. Cette révolution sonne la fin des contrats papier aux écritures illisibles et autres imprécisions. De plus, les campings peuvent désormais choisir eux-mêmes les photos, vidéos et logos qu'ACSI emploie pour faire leur promotion. En se connectant sur l'ACSI Campsite Portal, les supports peuvent être téléchargés par les propriétaires eux-mêmes. Ainsi,



Ces nouveaux outils rendent la tâche des campings et des inspecteurs beaucoup plus simple.

ACSI Campsite Portal - Kampeerdorp de Zandstuve

Contact - Inspector | Contact - ACSI Sales | 105730

Home | Promotion [Signed] | Material [Open] | Control Panel

Material

Here you will find a list of the promotion you ordered. You can upload and save the materials for each product.

Campinggids EU
 Campingführer Europa
 CampingCard ACSI
 Online Photos
 Inspector Photos

Photos

You have indicated that you want to submit new photo(s) for the Online Photos

[Upload Photo](#)

Include 27 Images included in promotion 2020

You can select 27 photos for your online presentation on the multiple websites of ACSI. Calculation:

- 4 photos for Campinggids Europa 1/8 z/w
- 3 photos for Campingführer Europa 1/8 kleur
- 20 photos for ACSIBooking

Colour explanation

- Not included by campsite
- Included by campsite
- Approved by Inspector
- Rejected by Inspector

<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020
Validation by Inspector : <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected	Validation by Inspector : <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected	Validation by Inspector : <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected	Validation by Inspector : <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected	Validation by Inspector : <input checked="" type="radio"/> Approved <input type="radio"/> Rejected
<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020	<input checked="" type="radio"/> Include in promotion 2020 <input type="radio"/> Do not include in promotion 2020
Validation by Inspector :				

© 2019 by ACSI Campsite Portal (v.1.3.95)

inspecteurs mais c'est pratique

chaque camping est toujours à son avantage.

Collaboration avec l'inspecteur

Les campings qui ont déjà testé le nouveau portail sont pour la plupart satisfaits. Une fois les premières hésitations passées,

« J'AI LE CONTRÔLE »

la majorité des propriétaires identifient clairement les atouts de ces portails. C'est le cas par exemple de Lars Norgaard, du Løkker Strand Camping au nord du Danemark. « Bien sûr, j'ai mis du temps à m'habituer à l'ACSI Campsite Portal. » Il était donc ravi d'avoir pu compter sur l'aide de l'inspecteur pour enregistrer ses souhaits en matière de promotion sur le portail. « L'inspecteur a pris le temps de tout expliquer et cela s'est très bien passé, » conclut Lars Norgaard. Pour lui, l'atout majeur des portails est de fournir un aperçu clair des accords convenus, qui sont donc rapidement consultables plus tard.

Quand on lui demande si vraiment, il ne préférerait pas revenir aux contrats papier, voici ce qu'il répond : « Il faut bien l'avouer, le papier, ce n'est plus d'aujourd'hui. Tout se fait sur l'ordinateur maintenant, que ça nous plaise ou non. Bien sûr, il faut que tout fonctionne correctement, mais autrement, le numérique n'a que des avantages. »

Processus clair

Angelique Joosten, directrice marketing pour le Recreatiepark De Leistert, à Roggel, au sud-est des Pays-Bas, est très enthousiaste. Elle aussi était accompagnée d'un inspecteur ACSI pour découvrir l'ACSI Campsite Portal. « Il suffit de suivre un processus qui s'enchaîne de manière logique. Si vous savez lire et prendre votre temps, tout ira bien. »

Le Recreatiepark De Leistert renouvelle chaque année ses supports publicitaires. Angelique Joosten apprécie particulièrement de ne plus devoir les renvoyer chaque année à ACSI en espérant que tout se passe bien. « Désormais, j'ai le contrôle. J'ouvre le portail et je peux ensuite télécharger les supports publicitaires de mon camping. Cela donne un sentiment de sécurité. En plus, toutes les informations du camping sont reprises sur le portail. Je peux enfin dire au revoir à ces armoires remplies de rapports et de contrats », dit-elle en riant.

Quels sont ses conseils pour les campings qui ont des difficul-

tés à travailler avec le portail ?

« Demandez de l'aide. Les jeunes savent très bien se servir des ordinateurs et sont à leur aise dans ce monde numérique. Qu'il s'agisse de vos enfants, de la réceptionniste ou d'un membre de l'équipe d'animation, demandez de l'aide à la jeune génération et les ordinateurs n'auront plus aucun secret pour vous. »

De nouvelles possibilités

Dans le même temps, ACSI continuera de développer les portails après les inspections de cet été, pour accompagner au mieux les campings. Les possibilités sont infinies. Par exemple, dès la fin de l'année, il sera possible de conclure des accords de promotion supplémentaire sur les sites web et applis ACSI via le Campsite Portal.

En plaçant un lien direct vers le site web du camping, il est possible d'attirer plus de visiteurs. Le camping apparaît plus haut dans les résultats de recherche d'Eurocampings.eu et sur l'appli ACSI Campings Europe. Si vous participez au programme CampingCard ACSI, le lien est également inséré sur CampingCard.com et sur l'appli CampingCard ACSI. Si le camping est enregistré sur le site ACSI Klein & Fijn Kamperen, le lien y sera également inséré, ainsi que sur l'appli ACSI Great

Little Campsites (Petits Campings Sympathiques).

Des frais sont facturés uniquement si un client clique effectivement sur le lien direct vers le site web du camping. Le camping peut donc acheter un certain nombre de clics. Si le camping a épuisé ses clics, le lien disparaît. Il est toujours possible d'acheter des clics supplémentaires. L'ACSI Campsite Portal montre clairement à quelle fréquence un

« TOUS LES ACCORDS À PORTÉE DE MAIN »

lien est utilisé (cliqué). Le portail informe également le camping sur le nombre de clics achetés et ceux encore disponibles. Le paramétrage d'une page spécifique ou d'un site dans une autre langue est également possible.

Tout à portée de main

En résumé : les portails reprennent tous les accords et bons de commande. ACSI a également l'ambition de réduire le risque d'erreurs en utilisant ces portails. C'est mieux pour le camping, mais aussi pour le campeur.

Un petit résumé ?

Cet été, les inspecteurs ACSI ont à nouveau inspecté près de dix mille campings. Pendant leurs visites, ils ont notamment discuté des possibilités de promotion, traditionnelle ou en ligne, pour attirer plus de campeurs dans le camping. Pour la première fois, les accords conclus ont été enregistrés dans deux systèmes : l'ACSI Inspector Portal et l'ACSI Campsite Portal.

Leur utilisation garantit une amélioration de la qualité des données. Le traitement des informations collectées pendant l'inspection est également moins sujet à des erreurs. Les portails sonnent la fin des bons de commande papier.



La proposition de promotion est désormais envoyée au format numérique. La personne de contact au sein du camping confirme la commande via un code de vérification envoyé sur son téléphone mobile.

Les accords ainsi conclus sont ensuite consultables en ligne, sur l'ACSI Campsite Portal. Si ces accords ne conviennent plus, le camping peut le modifier lui-même (ou en discussion avec ACSI) plus tard. La modification est possible jusqu'à la date d'échéance

du bon de commande. Ainsi, on évite les situations peu précises, où plusieurs bons de commande différents circulent.

Les campings qui souhaitent une promotion traditionnelle ou en ligne doivent désormais fournir eux-mêmes les photos, logos et vidéos utilisés par ACSI. Il suffit de les télécharger sur l'ACSI Campsite Portal. De cette manière, les campings peuvent être certains qu'ACSI utilise toujours des données correctes et à jour.



Recreatiepark De Leistert : « Télécharger soi-même les supports publicitaires donne un sentiment de sécurité. »

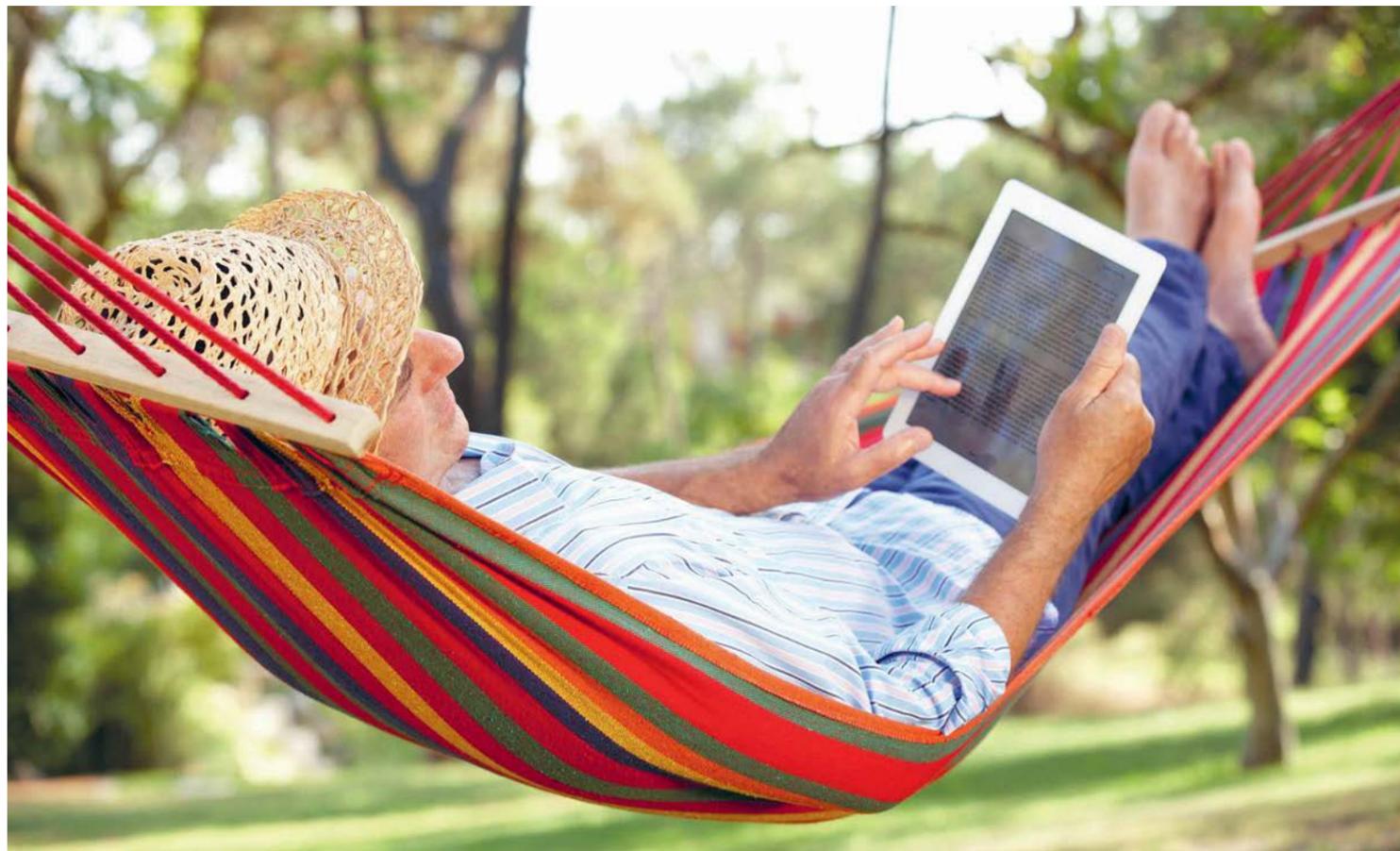
Le WiFi au camping

Tendances et défis

Le WiFi est un équipement important pour de nombreux campeurs. Et un véritable casse-tête pour les propriétaires de camping. Les technologies autour du WiFi ne cessent d'évoluer. Nous avons donc interrogé trois spécialistes à ce sujet : Edwin Oskam travaille dans l'entreprise néerlandaise KommaGo, qui a beaucoup d'expérience dans l'installation de réseaux WiFi en camping. Les inspecteurs ACSI Carel et Karin Iking sont des campeurs chevronnés et inspectent les campings des Pays-Bas, de Croatie et de Slovénie depuis 37 ans. Enfin, Vivien Lamotte, directeur du camping Campéole Plage des Tonnelles - Dornier, en France, nous donne son avis sur la question.

Une demande de plus en plus forte

« Quand on discute avec les campeurs, on constate que les deux éléments les plus importants sont les sanitaires et le WiFi », expliquent les inspecteurs Carel et Karin Iking. Selon Edwin Oskam, les campeurs emportent de plus en plus souvent leurs appareils mobiles en vacances. « Pas seulement les smartphones, mais aussi les tablettes et les ordinateurs. Ils s'attendent à avoir une bonne connexion. Paradoxalement, les récepteurs WiFi de ces appareils sont moins puissants qu'il y a quelques années. » Pour les propriétaires de camping, c'est donc un réel défi de répondre à toutes les exigences des campeurs. La plupart du temps, les réseaux anciens ne tiennent pas le coup. Vivien Lamotte, du camping Campéole Plage de Tournelles - Dornier, partage ce ressenti. « Notre réseau était ancien, il datait de 2010 et ne fonctionnait pas bien, seule une moitié du camping était connectée. Pour remédier à ce problème, nous avons énormément investi en 2018. Aujourd'hui, nous pouvons proposer une connexion décente sur tout le camping. »



Payant ou gratuit ?

Vos clients doivent-ils payer ou non pour avoir le WiFi ? Sur cette question, les avis divergent. Vivien Lamotte explique qu'il a tellement investi qu'il est obligé de répercuter ces frais sur les clients.

« NOUS AVONS DU ELAGUER DES ARBRES POUR GARANTIR UN SIGNAL FORT »

« Le WiFi n'est pas là pour faire du profit, mais bien pour répondre aux attentes des clients. » Le couple d'inspecteurs Iking a reçu différents retours de la part des campeurs. « On entend souvent dire que les clients sont prêts à payer un peu plus cher par nuit

si le WiFi est inclus. En contrepartie, ils s'attendent à ce que la connexion soit bonne. Le mécontentement peut être grand si un système payant avec code d'accès ne fonctionne pas correctement, ou si le camping est déjà plutôt cher et que les clients doivent en plus payer pour le WiFi. »

Edwin Oskam, lui, estime que les campeurs s'attendent de moins en moins à devoir payer pour le WiFi. « Les systèmes de ticket avec code d'accès, parfois limité en termes de quantité de données à utiliser par jour, sont de plus en plus boudés. » Il existe toutefois une alternative. « De plus en plus de camping relie l'accès au WiFi aux réseaux sociaux. Ils peuvent par exemple demander un « j'aime » sur Facebook en échange de l'accès WiFi. Ainsi, les clients génèrent une publicité supplémentaire. » Edwin Oskam avertit toutefois les propriétaires de camping et conseille de demander à l'avance aux clients leurs besoins

en termes de WiFi. « Certains campeurs cherchent justement à ne pas avoir accès au WiFi pendant leurs vacances. Il faut donc aussi penser à une zone sans WiFi sur votre terrain. »

Les arbres et les rochers, des obstacles insoupçonnés

Les campings sont généralement situés en pleine nature et cela complique la couverture WiFi sur l'ensemble du terrain. « En Istrie (Croatie), le paysage comporte de nombreuses formations rocheuses et d'importants dénivelés. Ils utilisent aussi souvent la fibre », expliquent les inspecteurs Carel et Karin Iking. Le camping de Vivien Lamotte fait 26 hectares et compte de nombreux arbres. Cette caractéristique a demandé une approche précise et pensée dans les moindres détails. « Nous avons dû installer une cinquantaine de points d'accès et une liaison avec la fibre de quatre cents mètres. Nous avons même dû faire appel à un jardinier spécialisé pour élaguer les arbres, afin d'éviter que le feuillage affaiblisse trop le signal. Ce n'est pas tout, les points d'accès doivent aussi être raccordés à l'électricité, sur des prises existantes. C'était vraiment un projet très complet et complexe, mais désormais, le WiFi est accessible de partout. » Edwin Oskam rejoint Vivien Lamotte sur l'importance de connaître l'ensemble du terrain. À chaque nouveau projet, il étudie d'abord la carte du camping concerné. Les mesures sur place sont bien sûr essentielles.

4G

« Le signal ne peut pas être bon partout dans le monde, c'est une difficulté supplémentaire pour les campings », admet Edwin Oskam. « Heureusement, le réseau 4G est de plus en plus performant. Il peut alors servir de base pour le réseau WiFi, surtout pour les plus petits

« SI VOUS RELIEZ L'ACCÈS WIFI À VOS RÉSEAUX SOCIAUX, VOUS VOUS ASSUREZ UNE PROMOTION SUPPLÉMENTAIRE »

campings. » Le couple Iking attire également l'attention sur le fait qu'aux Pays-Bas, de nombreux campeurs disposent d'un forfait mobile intéressant. Celui-ci leur permet de ne pas devoir utiliser le WiFi en camping. « Les jeunes, qui vont très souvent sur YouTube, apprécient d'avoir une bonne connexion. » Néanmoins, tous les campings n'ont pas la chance de bénéficier d'un bon réseau 4G. Sur le camping de Vivien Lamotte par exemple, la 3G et le 4G ne passent pas bien. Edwin Oskam pense que la situation va s'améliorer petit à petit et que les campings auront de plus en plus la possibilité de mettre en place un bon réseau WiFi.



Nouvelles du marché de la location

Never a dull moment. Les fabricants de locations et les campings partenaires innovent sans cesse. Aujourd'hui même, de surprenants nouveaux produits sont mis sur le marché et des modèles toujours plus audacieux sont dessinés. Le tout pour répondre aux moindres désirs du campeur moderne. Nous avons sélectionné quelques exemples pour vous.

Le camping Vakantiepark Mölke à Overijssel a installé des bungalows très particuliers cette année, spécialement conçus pour les enfants. Ils existent en trois thèmes : le football, les princes et princesses, et la ferme. Les locations sont ainsi aménagées sur le thème choisi,



Le bungalow football du camping Vakantiepark Mölke



Le nouveau chalet Aurora et son design épuré

jusque dans les moindres détails. Par exemple, les petits fans de football dorment sur un banc de touche, les petits fermiers dans une cabane dans les arbres et les princes et princesses dans un château. « Nous cherchons sans cesse à évoluer », déclare le propriétaire Bert van de Maat. « Je pense que cela nous réussit. »

De son côté, Adria annonce des évolutions pour toute la gamme en 2020. Le modèle qui a le plus retenu notre attention est le nouveau chalet Aurora. Le chalet convient en toutes saisons et est très économe en énergie. Ce nouveau venu dans la gamme est un intermédiaire entre un chalet standard et un chalet modulable. Pour les tentes glamping, une nouvelle série a été mise sur le marché, l'Adriatic, et offre un très bon rapport qualité-prix. Les tentes

boutiques de luxe sont désormais équipées de grandes baies vitrées et de portes-fenêtres en verre. Tipihome, fabricant français de tentes, va encore plus loin. En effet, pour leur nouvelle série de tipis, ils ont imaginé un étage pour accueillir l'espace nuit. Celui-ci comprend une chambre et une petite fenêtre. Il existe plusieurs modèles, du plus basique au plus luxueux. La tente est très facile à installer et convient à tous les terrains.

Crippaconcept, le fabricant italien de chalet et lodges, va présenter son nouveau pavillon au salon Beach & Outdoor à Rimini, du 9 au 11 octobre. Tout comme lors de la Design Week de Milan en avril, ce modèle est placé sous le signe des « Nuovi Sogni », les nouveaux rêves. Le fabricant confirme le développement de



Tipihome, fabricant français de tentes, va encore plus loin

six nouveaux modèles, parmi lesquels la nouvelle génération des chalets Meditteranea et Queenlander, fabriquée avec de nouveaux matériaux. Le très populaire chalet Next Evo sert de base au nouveau Mirage, qui sortira en trois gammes. Dans la

série des tentes lodges, deux nouveaux modèles viendront compléter la gamme.

Pour finir, quelques infos internes. Depuis mai, Luxetenten.com a deux nouveaux propriétaires, Hans van der Wind et Ivo van der Vlis. Le fondateur Patrick Damen a passé le flambeau après dix ans de travail et laisse derrière lui une entreprise en plein essor. « Nous sommes l'entreprise de référence en glamping et avons développé un catalogue de douze modèles. Les tentes safari sont déjà présentes dans plus de 43 pays. » Ivo van der Vlis : « Le marché glamping est encore très nouveau et a beaucoup de potentiel. Encore plus de confort, et toujours moins d'efforts. Des idées créatives, parfois issues d'autres branches, nous aident à améliorer sans cesse nos tentes de luxe. »



Le Marbles, à voir bientôt à Rimini

Belle croissance pour ACSI Booking

Depuis le 1 janvier 2019, le nombre de campings disponibles à la réservation via Eurocampings et/ou CampingCard ACSI est passé de 720 à 1136, soit une augmentation de 58 %. En juillet, le nombre de réservations pour la saison 2019 était déjà cinq fois supérieur à celui de 2018 à la même période.

D'où viennent les campeurs ?

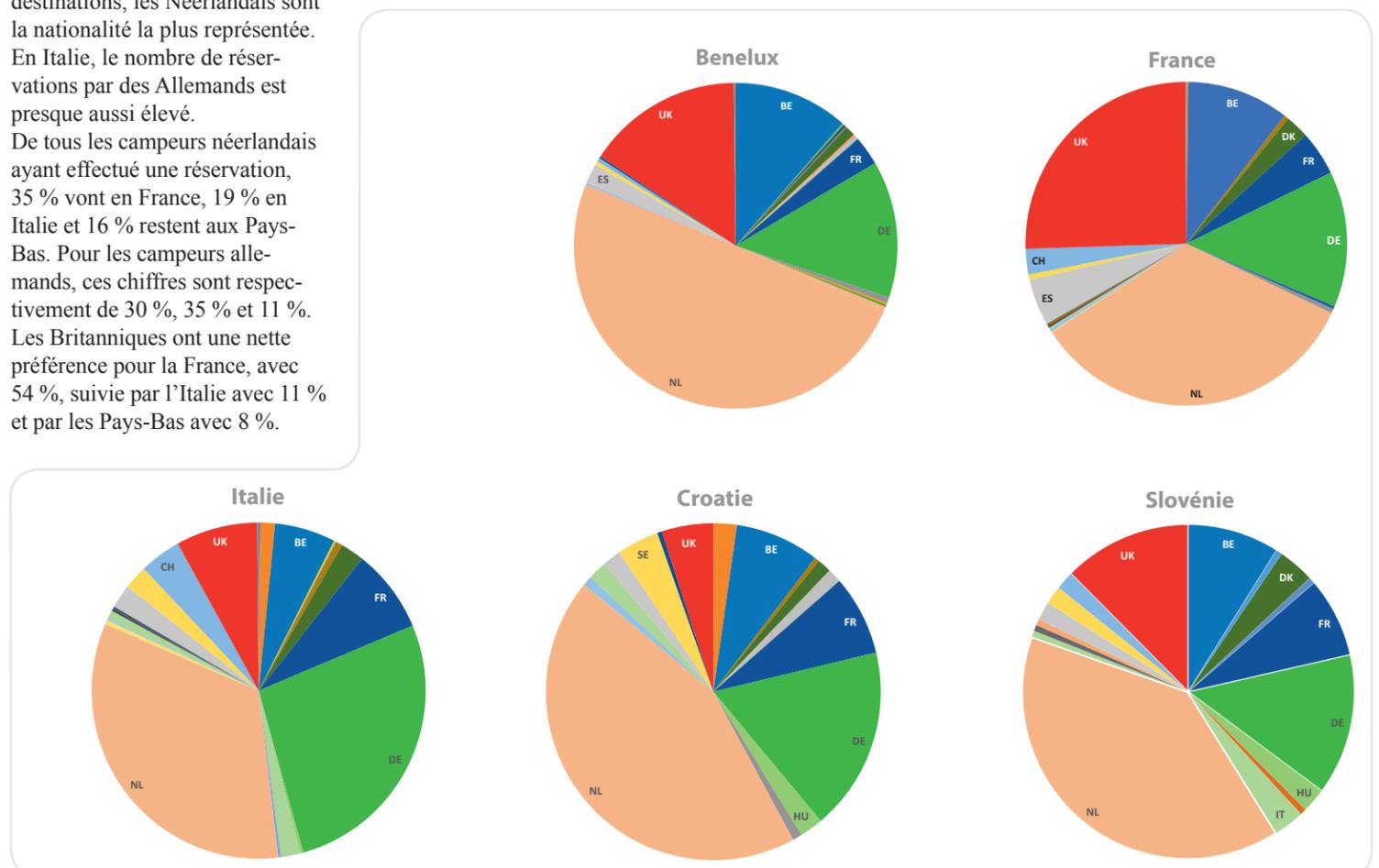
Jusqu'à présent, le top 5 est le suivant : Pays-Bas (37 %), Allemagne (17 %), Royaume-Uni (17 %), Belgique (9 %) et France (6 %). Ces pays représentent environ 85 % du total des réservations. Presque 1 % du total des réservations vient d'un pays hors Europe. Fait étonnant : la majorité de ce 1 % vient de Nouvelle-Zélande. Pour CampingCard ACSI, la majorité des réservations provient du Royaume-Uni : 32 %.

Et où vont-ils ?

En ce qui concerne les destinations, le top 5 est le suivant : France (36 %), Italie (23 %), Pays-Bas (11 %), Croatie (11 %)

et Slovénie (6 %). Pour toutes les destinations, les Néerlandais sont la nationalité la plus représentée. En Italie, le nombre de réservations par des Allemands est presque aussi élevé. De tous les campeurs néerlandais ayant effectué une réservation, 35 % vont en France, 19 % en Italie et 16 % restent aux Pays-Bas. Pour les campeurs allemands, ces chiffres sont respectivement de 30 %, 35 % et 11 %. Les Britanniques ont une nette préférence pour la France, avec 54 %, suivie par l'Italie avec 11 % et par les Pays-Bas avec 8 %.

Pays d'origine des campeurs par destination :



Campings en ville intéressants



Passer la nuit dans un camping citadin est une alternative bon marché pour profiter au mieux d'un citytrip.

Depuis quelques années, les citytrips connaissent un succès sans précédent. Les touristes souhaitent partir plus souvent, et pour leur deuxième ou troisième séjour, le choix se porte souvent sur un citytrip. Comment s'adaptent les campings citadins ?

Les citytrips, ces petits voyages de trois jours maximum, sont de plus en plus populaires. Sur le marché des loisirs, le rapport ITB World Travel Trends Report 2018/2019 indique même que ce type de voyages représente le segment qui se développe le plus

rapidement. Cet engouement a commencé il y a plusieurs années déjà. Entre 2007 et 2017, cette part du marché a connu une croissance quatre fois plus élevée que le reste du marché des voyages. En 2014, pas moins de 70 millions de citytrips avaient été réservés dans toute l'Europe. Même si ce phénomène est à la baisse ces dernières années, le secteur enregistre malgré tout une croissance de 8 %. L'Europe est le continent le plus plébiscité et accueille près de 60 % des citytrips internationaux. 70 % des touristes rejoignent la ville de destination en avion. 70 % séjournent à l'hô-

tel, et il faut noter que les autres types de logement rencontrent un succès grandissant.

Une alternative bon marché
Passer la nuit dans un camping citadin est une alternative bon marché pour profiter au mieux d'un citytrip. Généralement, ces campings se situent en périphérie directe du centre-ville, toujours en ville, donc, mais au calme. Bien sûr, il existe aussi des campings à l'extérieur de la ville. Pour rejoindre le centre-ville, les campings proposent souvent un service de navettes. Sinon, les campeurs peuvent toujours

utiliser les transports en commun. Par exemple, dans le plus grand parc de Paris, le Bois de Boulogne, vous pourrez camper au Camping De Paris. Le slogan du camping annonce la couleur : « Plus économique qu'un hôtel dans Paris, aussi confortable et bien plus nature ! ». Une navette emmène les campeurs à l'arrêt de métro le plus proche en seulement quelques minutes. D'autres exemples : le camping Stover Strand à Hambourg, le Camping Roma Flash, près de Rome, et le Stadscamping Deventer, aux Pays-Bas.

Camping Stover Strand

Tout près de Hambourg, au bord de l'Elbe. Voilà la localisation idéale du camping cinq étoiles Stover Strand. Le camping est étonnamment situé en pleine nature, tout en restant proche du centre, plus animé. En 2018, Hambourg a enregistré 14,5 millions de séjours, soit une augmentation de 88 % au cours de ces dix dernières années. Les mots du directeur Norbert Kloodt : « Le Stover Strand profite évidemment de cette croissance et représente le point de départ idéal pour tous les campeurs en caravane, en tente ou en camping-car. »

Le Stover Strand n'est pas un camping citadin au sens propre du terme. Norbert Kloodt nous explique pourquoi : « Nous sommes un camping très nature, en périphérie directe de la ville. Cette légère différence nous permet d'accueillir des touristes de plus de 35 pays, Hambourg est une ville très prisée. La plupart des clients allient la détente au bord de l'Elbe avec une visite, souvent sur plusieurs jours, de la ville hanséatique d'Hambourg. C'est également pour cette raison que nous offrons de nombreux services. Par exemple, nous vendons l'HamburgCard, utilisable dans les transports en commun à Hambourg et aux alentours, et



Le Stover Strand est en camping en pleine nature près de Hambourg.

pour les amateurs de citytrips

nous offrons gratuitement un plan de la ville. Le bus s'arrête aux pieds du camping. Les week-ends ou les jours fériés, nous proposons un service de navette en plus des transports en commun. Nos clients peuvent également réserver leurs visites et excursions directement chez nous. Nous organisons une croisière sur l'Elbe au moins 1 fois par semaine. »

Le Stover Strand travaille en collaboration avec les offices de tourisme d'Hambourg et de Flusslandschaft Elbe (réserve naturelle de l'Elbe). « Ce partenariat nous permet de proposer une information multilingue sur Hambourg, mais aussi sur la nature et la culture de la région », ajoute Norbert Kloodt. « Nos clients allemands, européens ou même de plus loin apprécient l'offre culturelle de la métropole d'Hambourg, avec notamment les concerts, les ports et les possibilités de shopping. Nous recevons également beaucoup de clients hambourgeois, qui viennent passer quelques jours de vacances ou juste le week-end chez nous, avec leur caravane ou leur camping-car, simplement pour se détendre. »

Camping Roma Flash

Rome est un musée à ciel ouvert et certains disent qu'elle est la plus belle ville d'Italie, voire même d'Europe. Depuis le Camping Roma Flash, le centre-ville et tous ses monuments sont accessibles en transport en commun, en seulement une heure. Il est bon pouvoir laisser derrière soi le tumulte du Colisée, du Forum romain, de la Place d'Espagne, de la Fontaine de Trévi, du Vatican, du pont Saint-Ange ou encore du Vittorio Emanuele. C'est précisément l'atout majeur du camping Roma Flash, selon sa propriétaire Elide Giovannini. « Les touristes qui viennent passer trois ou quatre jours dans notre ville millénaire apprécient de passer leurs soirées au calme, près du lac, après avoir connu le tumulte du centre historique. » Le Roma Flash se situe en effet au bord du lac de Bracciano, l'un



Se relaxer après une longue journée à Rome, sur la terrasse du Camping Roma Flash, au bord du lac de Bracciano.

des pluspropres d'Italie. Le lac se trouve à 150 mètres maximum des emplacements. Depuis sa création il y a une trentaine d'années, Elide Giovannini a vu le nombre de touristes augmenter. Cette popularité n'est pas seulement due à la réputation de Rome. « Nos clients ne viennent pas seulement pour un citytrip. Ils viennent chez nous parce que visiter Rome fait partie de leur itinéraire. » Grâce à un pass journalier pour les transport en commun, disponible à un prix très intéressant, le voyage entre le camping et le centre est bon marché et plutôt rapide. S'il y a suffisamment d'inscriptions, le camping organise régulièrement des excursions dans la ville. À proximité directe du centre historique, vous pourrez également découvrir d'autres superbes ruines ou vous promener à pied ou à vélo.

Stadscamping Deventer

Deventer est l'une des plus anciennes villes des Pays-Bas. Sa situation, au bord de l'Ijssel, a permis à la ville de devenir un important port de commerce. Membre majeure de la Hanse, une

ancienne ligue commerciale, la ville a connu son apogée aux 14e et 15e siècles, au cours desquels des marchands de toute l'Europe venaient faire affaire dans la ville. La particularité de Deventer est qu'elle a pu conserver une très grande partie de son histoire, peu de villes néerlandaises peuvent en dire autant et encore montrer fièrement autant de monuments. Le Stadscamping Deventer est un camping en pleine nature, de petite taille, au bord de l'Ijssel. Sa situation exceptionnelle offre un superbe panorama sur la ville hanséatique. Pratique : le bac vous fait traverser la rivière pour rejoindre le centre historique. Les mots du propriétaire Jan Lugtmeijer : « Le camping existe depuis une trentaine d'années et se destinait à l'origine aux campeurs qui cherchaient à séjourner en pleine nature. Il y

a dix ans, nous avons réorienté notre lac vers la ville, ce qui a fait augmenter le nombre de visiteurs. Généralement, les campeurs restent peu de temps, deux ou trois jours. La réception est assez occupée, par rapport à un camping où les touristes restent deux ou trois semaines. Si des événements ou des festivals sont prévus en ville, j'essaie d'en tenir compte et d'en profiter, en organisant des activités ou des présentations spécifiques. Par exemple, une dégustation de cidre. J'essaie ainsi de prolonger l'ambiance de la ville et du festival au camping. Pour cela, je travaille souvent en collaboration avec des entreprises de la ville. »

Comme le camping est au milieu de la ville, il attire également des visiteurs « surprise », qui souhaitent utiliser les douches ou les toilettes, et traversent

le terrain en voiture. Ces visiteurs d'un jour, qui ne sont pas campeurs, demandent énormément d'attention, estime Jan Lugtmeijer. « Parfois, j'ai jusqu'à une centaine de personnes en une heure qui veulent juste aller aux toilettes. Les sanitaires n'ont pas été prévus pour une telle activité. Le problème, c'est qu'en refusant l'accès aux toilettes (même s'il y a un espace réservé à ce type de visiteurs « surprise »), les touristes peuvent trouver cela inacceptable et mettre un avis négatif sur Internet. Je n'ai pas envie de mettre en place des grillages, des cartes d'accès, des clés ou des règles inutiles. C'est justement ce sentiment de liberté que mes clients viennent chercher. Cette attention de tous les instants représente tout de même une charge supplémentaire pour mon équipe. »



La navette du Camping de Paris vous emmène à l'arrêt de métro le plus proche.



Le Stadscamping Deventer est idéalement situé sur les rives de l'Ijssel.

Comment réagit le secteur du camping ?

Le camping-car a la cote

Ce phénomène ne vous a pas échappé, depuis quelques années, de plus en plus de camping-cars parcourent les routes européennes. La presse générale, mais aussi le secteur du camping lui-même, accorde une grande attention à ce sujet. Que signifient les chiffres en augmentation lente mais constante ? Comment s'adaptent les campings ?



D'après les derniers chiffres de la European Caravan Federation, près de 1,9 millions de camping-cars parcouraient les routes en 2017. L'Allemagne (486 900) et la France (457 000) sont logiquement en tête, suivies par l'Italie (220 000) et le Royaume-Uni (205 000). Ainsi, le nombre total de camping-cars enregistrés équivaut à la moitié du nombre total de caravanes enregistrées (3 362 950). Les ventes des dix dernières années montrent clairement que la balance est en train de s'inverser. Si en 2009, environ 67 000 camping-cars ont été vendus, ce chiffre est passé à 125 000 en 2018. Soit une hausse de 86 %. C'est surtout à partir de 2016 que les ventes ont littéralement explosé. Les ventes de caravanes, quant à elles, montrent une toute

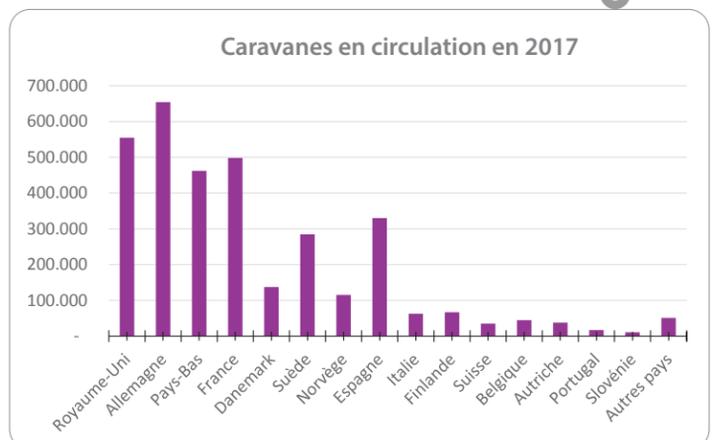
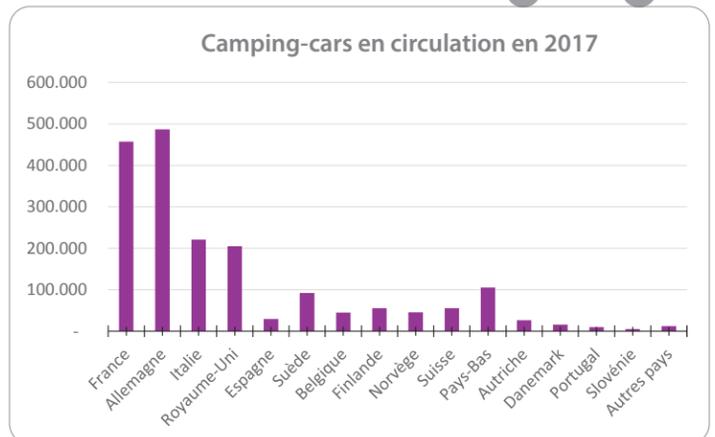
autre image. Depuis 2009, les ventes sont en baisse de presque 12 %.

De grandes différences par pays
Nous pouvons donc conclure qu'il y a pour le moment autant de caravanes que de camping-cars, mais que le camping-car a sacrément la cote par rapport à son concurrent. Comment s'adapter en tant que propriétaire de camping ? Le plus important à noter est que les différences par pays sont énormes. Pour les campeurs britanniques par exemple, le rapport est de 2,7 caravanes pour 1 camping-car. Au Royaume-Uni, les ventes de camping-car ont augmenté de 84 % ces dix dernières années, mais il reste encore environ cinq cent mille caravanes.

Augmentation des ventes de caravanes en Allemagne

En Allemagne et en France, le rapport est plutôt équilibré entre les caravanes et les camping-cars, en notant toutefois que la caravane a un léger avantage. Dans les deux pays, les ventes de camping-cars ont augmenté, mais la différence est qu'en France, on enregistre une baisse de la vente de caravanes depuis 2009, alors qu'en Allemagne, elles ont augmenté de 46 %.

Les Pays-Bas sont traditionnellement fidèles à la caravane. Le rapport est de 4,4 caravanes pour 1 camping-car. Malgré tout, les ventes de caravanes dans le pays ont nettement chuté et celles des camping-cars ont augmenté, mais de manière assez légère pour le moment. Avec 462 000 caravanes, les Pays-Bas



Home / Campings met camperplaatsen

Campings met camperplaatsen

Bekijk hier de RCN campings voor met de camper

Ga je op reis met de camper en zoek je een leuke camping met speciale plaatsen voor camperliefhebbers? Op al onze campings (m.u.v. RCN Toppershoedje) in Nederland hebben wij speciale camperplaatsen. Op 3 van onze campings in Frankrijk hebben wij ook speciale camperplaatsen. Voor de camperplaatsen hanteren wij ook speciale campertarieven.

- ✓ Met je camper op pad in Nederland
- ✓ Met je camper op pad in Frankrijk

sont champions d'Europe, devant l'Allemagne, le Royaume-Uni et la France. En Italie, le rapport est inversé : le nombre de camping-cars est quatre fois plus élevé que celui des caravanes. Il faut donc bien identifier lequel des deux marchés est le plus important, pour pouvoir prévoir les conséquences des changements à venir. Quoi qu'il en soit, une chose est sûre, le nombre de camping-cars augmente. Ce véhicule est généralement le symbole même du sentiment de liberté. Aller et rester où vous voulez, gratuitement quand c'est possible. Naturellement, les propriétaires de camping n'en sont pas forcément ravis. Surtout si le camping-cariste arrive à votre porte en vous demandant s'il peut vider ses eaux usées et refaire le plein d'eau chez vous. Sans oublier les aires pour camping-cars, gratuites, et souvent aménagées par la commune elle-même. Rien de bien réjouissant si ces aires sont installées à proximité de votre camping.

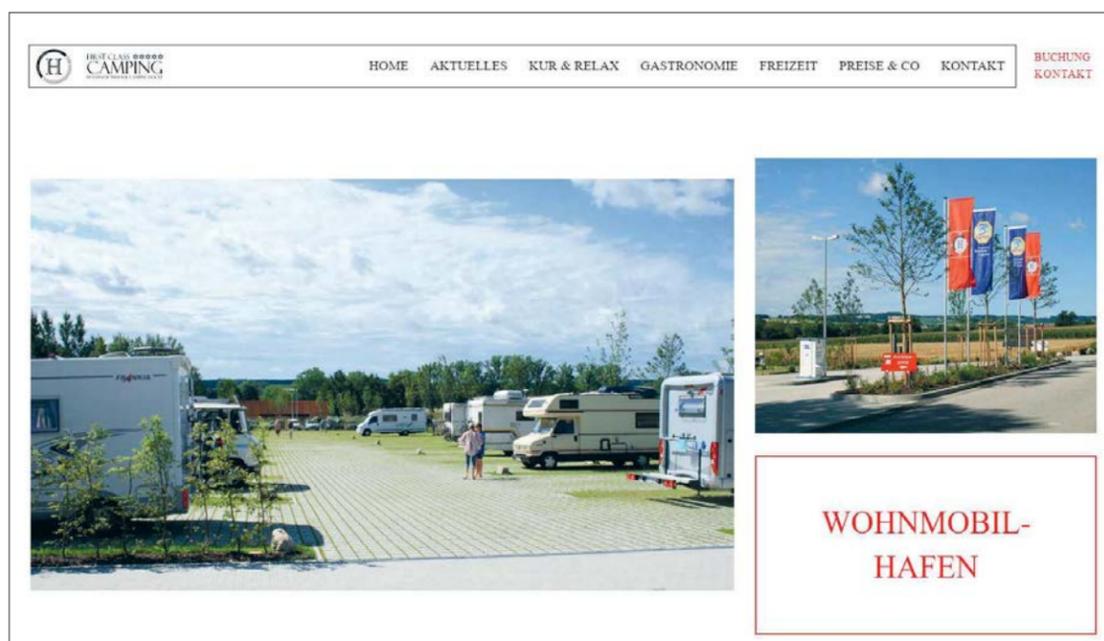
Accueillir les camping-caristes
Pourtant, la meilleure option reste encore de pouvoir accueillir les camping-caristes et de comprendre

En haut : RCN, en Allemagne, dirige son site web vers les camping-caristes. En bas : Le camping Holmernhof Dreiquellenbad a installé des places spéciales en face de l'entrée du camping.

leurs besoins. Par exemple, le camping Kur- & Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad à Bad Griesbach, en Allemagne, a installé des aires pour camping-cars en face du camping. Les campeurs peuvent y passer la nuit à un prix réduit, ainsi que vider leurs eaux usées et refaire le plein d'eau. Ces campeurs peuvent aussi se rendre au restaurant et au magasin du camping. De cette manière, chacun reste de son côté, les camping-caristes sont satisfaits et le camping en profite au moins un peu.

Les campings RCN Vakantieparken, en Allemagne, concentrent également leur communication sur les camping-caristes. Ils disposent d'emplacements réservés, de prix spéciaux et bien sûr d'une station essence rien que pour eux. Rien d'exceptionnel, mais ils dirigent quand même leur site web spécifiquement vers les camping-caristes.

Les campings qui voient souvent arriver d'imposants camping-cars finissent par investir dans des aires plus grandes spécialement prévues pour les accueillir. Cet argument a en général beaucoup d'importance pour les campeurs qui voyagent avec des véhicules de luxe. Le parc à caravanes Sexten en est un bel exemple. Ils accueillent les camping-cars à bras ouverts et se sont ainsi créés de nouvelles opportunités.



L'analyse du comportement à la base du marketing de demain

Qui sont les spécialistes du marketing de demain ? Sont-ils des artistes de la communication ? Des pros des statistiques, qui savent établir des liens que d'autres ne voient pas ? Des ingénieurs logiciels, qui créent les systèmes de marketing ? Ou encore des experts en modèles économiques ? Ou tout simplement des spécialistes du marketing et des entrepreneurs qui savent comment tirer parti des nouvelles possibilités qu'offrent les plateformes, les outils d'analyse et les algorithmes ?

Comportement d'achat

L'influence d'Internet est clairement visible dans le comportement d'achat et de réservation des clients. Aujourd'hui, ils peuvent tout trouver eux-mêmes sur Internet, réserver eux-mêmes et prendre la route eux-mêmes. Le client d'aujourd'hui est bien informé, veut avoir un aperçu clair des possibilités et veut pouvoir choisir lui-même. Faire des recherches sur Internet est devenu

une partie essentielle du processus d'achat et marque le début des vacances. Ce comportement offre de nombreuses possibilités, mais comment être sûr que les clients vous trouvent sur Internet ? Apparaître en tête des résultats sur Google n'est pas chose simple. Faire sa promotion sur Google est assez coûteux, mais les clients potentiels doivent bien pouvoir vous trouver quelque part.

Les nouvelles plateformes

Les nouvelles plateformes telles que Booking.com et Airbnb garantissent une bonne visibilité. Elles rassemblent les offres en se basant sur plusieurs thèmes. La plateforme est donc rapidement trouvée par les visiteurs, à la recherche d'une offre bien spécifique. Vous voulez voyager ? Consultez le site liligo.fr. Vous cherchez un endroit où dormir ? Regardez sur Airbnb. Pour un hôtel, rendez-vous sur Booking.com ou Trivago. En une seconde, les visiteurs ont accès à toutes les offres. Pour une plateforme, des entreprises travaillent ensemble pour assurer la bonne visibilité de la plateforme. Un bon moyen de collaborer, valable aussi pour les campings. Qui plus est, elles permettent d'identifier les processus d'achat, les préférences de clients et leurs souhaits. Ces analyses peuvent ensuite servir de base à la définition de la bonne réponse aux besoins des clients, et donc à la définition de la meilleure offre.

Les algorithmes au service de la communication

Une fois que les clients ont été identifiés, il faut pouvoir communiquer avec eux. Cette communication est possible grâce aux algorithmes. Il



Cor Molenaar est professeur d'eMarketing à la RSM / Erasmus Universiteit, directeur du bureau de conseil stratégique eXQuo et partenaire de Platformsupport@consultancy. Il a écrit plusieurs ouvrages, parmi lesquels « Einde concurrentie? Zakendoen in de platformeconomie ». Il conseille également les entreprises sur leur stratégie marketing et l'application des technologies dans l'activité professionnelle.

La technologie, synonyme de nouvelles possibilités

Les plateformes telles que Airbnb et Uber rassemblent les offres et les font correspondre aux besoins de chacun. Collaborer et se concentrer sur les besoins individuels de chacun est une méthode efficace, encore plus forte que le modèle actuellement en place. En tant que propriétaire camping, posez-vous la question de savoir si vous souhaitez collaborer avec la concurrence si cela correspond aux besoins exprimés par le client ?

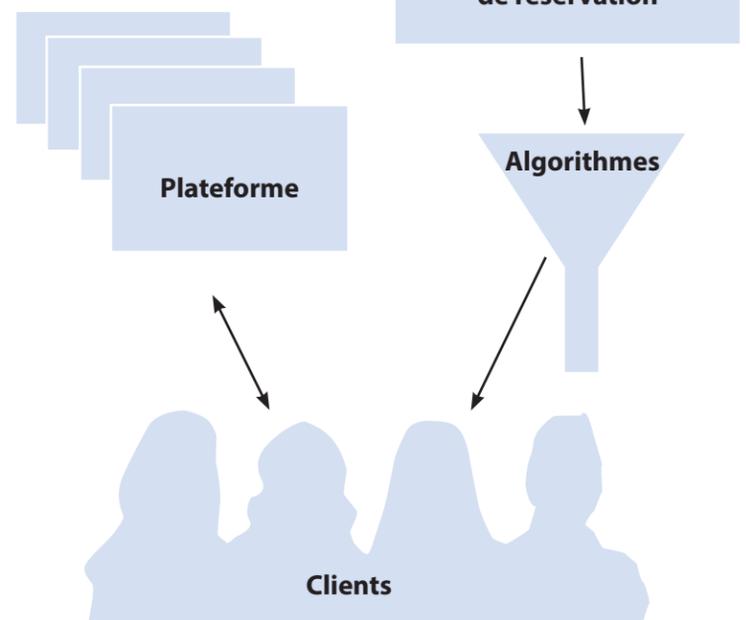
Des analyses profondes doivent fournir des données sur le comportement d'achat de chacun, mais doivent surtout permettre de prévoir ce comportement. Les analyses cluster actuelles sont encore trop limitées pour cela. Cette limite vaut aussi pour les données anciennes, puisque seules les données passées sont optimisées.

Les algorithmes sont des processus automatiques qui établissent la communication avec les clients sur la base de leur comportement. Cette méthode de communication permet de mieux atteindre le client, de le fidéliser mais surtout de leur faire revenir.

s'agit de cycles de communication automatiques et grâce auxquels une communication individuelle sur la base de toutes les caractéristiques des clients est possible. Les algorithmes garantissent, avec les plateformes, un marketing efficace et une relation personnalisée optimale avec les clients. C'est déjà ainsi que fonctionnent entre autres Airbnb, Trivago et Uber, et c'est également la base de votre travail d'aujourd'hui et de demain en tant que

propriétaire de camping. Vos clients consomment de cette manière. Ne pas rentrer dans ce processus rend la lutte avec la concurrence difficile. En revanche, travailler sur ce point ensemble apporte des résultats directs. La connaissance des divers profils de clients, et la communication directe sont deux piliers de l'industrie du tourisme.

Campings sur les systèmes de réservation



The collage shows several overlapping screenshots of travel-related websites:

- Uber:** A screenshot of the Uber website with the text "Rijd met Uber" and "Nu inschrijven".
- Airbnb:** A screenshot of the Airbnb website with the headline "Boek een reis. Verhuur aan reizigers. Allemaal op Airbnb." and buttons for "Ontdekken" and "Verhuur".
- Booking.com:** A screenshot of the Booking.com website with the headline "Vind deals voor elk seizoen" and a search bar.
- cheapTickets.nl:** A screenshot of the cheapTickets.nl website with the headline "Je ticket naar de stilte van de natuur" and a search bar.

ACSI, l'intermédiaire idéal entre le camping et le campeur

Le camping est une expérience personnelle et le camping idéal est une illusion. Là où un campeur préférera le grand camping avec plusieurs piscines près de la plage, un autre préférera un petit camping en pleine nature. Certains se contenteront d'une supérette avec quelques sandwiches, d'autres non.

Chez ACSI, nous travaillons depuis un an à un projet visant à mieux connaître les campeurs européens et à identifier le meilleur moyen de les accompagner. Nous avons mené ce projet en reliant nos bases de données clients, nos informations camping, notre contenu recueilli par les inspecteurs et notre trafic Internet. Toutes ces données étaient jusqu'à présent stockées à différents endroits, sur différents systèmes. Grâce au tout nouveau ACSI Datawarehouse, toutes les données disponibles sont mises

en commun, pour avoir une idée aussi précise que possible du client.

Sur le schéma ci-dessous, les numéros 1 à 4 indiquent l'ensemble du contenu et des informations clients à disposition. Pensez par exemple aux commandes, aux appels téléphoniques au service client, aux rapports d'inspection et aux avis. Toutes ces données sont rassemblées dans la base de données centrale (5), que nous appelons datawarehouse (dans le schéma,

il est indiquée par l'abréviation « DWH »).

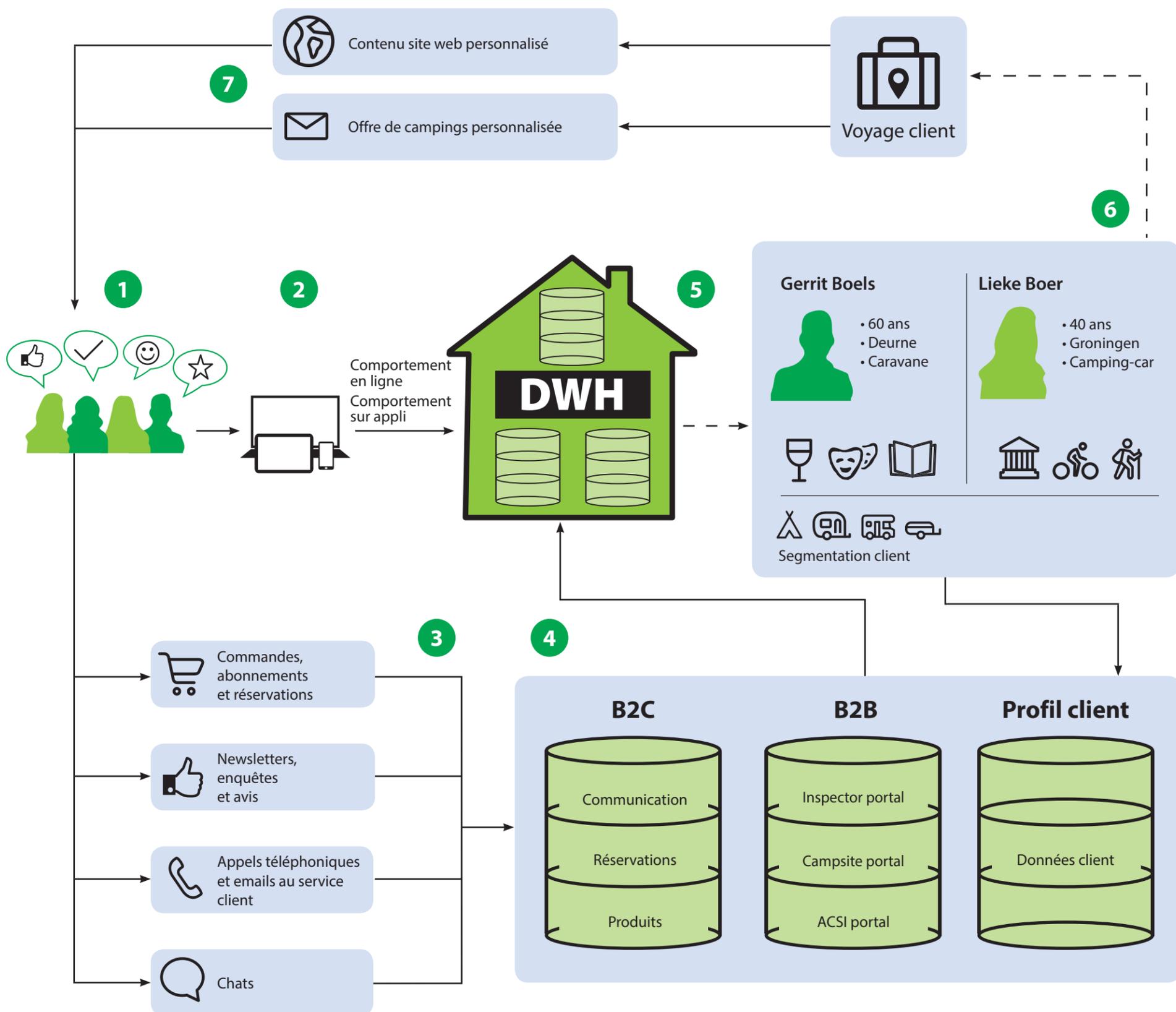
Tout cela paraît bien joli, mais qu'allons-nous faire de ce système ? Nous souhaitons personnaliser le plus possible la communication avec nos clients et leur conseiller le camping le plus adapté. Nous pourrions le faire grâce à des profils client et sur la base des habitudes de vacances et de camping de ces mêmes clients. Nous adaptons ensuite notre contenu et notre communication aux différents profils client.

Le numéro 6 donne deux exemples de profils. Gerrit Boels a 60 ans, habite à Deurne et possède une caravane. Pendant ses vacances, il aime lire et visiter des musées. Il est aussi un fin gourmet et ne refuse jamais un bon verre de vin. Lieke Boer est très active, aime le vélo et la randonnée et voyage en camping-car. Puisque ces deux personnes envisagent leurs vacances différemment, elles ont chacune des attentes particulières et cherchent donc des informations différentes.

La manière dont ACSI communique avec ces deux clients sera donc elle aussi différente (7). Ainsi, les différents sites web

ACSI qu'ils visitent seront adaptés à ce que nous savons de ces clients. Citons par exemple l'affichage de campings avec des itinéraires de randonnées pour Lieke, et des campings avec de bons restaurants pour Gerrit.

D'après les réponses et le comportement des campeurs par rapport aux différentes méthodes de présentation et de communication du contenu sur les sites web, nous pourrions analyser ce qui fonctionne et ce qui doit être amélioré. Ce processus donne donc lieu à un apprentissage continu. Le résultat final est qu'ACSI devient l'intermédiaire idéal entre les campings et les campeurs !



3e ACSI FreeLife TestTour

1 tour, 2 destinations

Après un TestTour réussi en Catalogne en 2018, ACSI a une nouvelle fois réussi à mettre en place une telle collaboration. Cette fois, les équipes test de Personnes Actives et de Campeurs en famille se sont rendues en Wallonie, en Belgique. Les Amateurs de culture et les Bons-vivants, eux, ont découvert les villes hanséatiques les plus populaires des Pays-Bas et d'Allemagne.

Cette année, le nombre d'inscriptions pour l'ACSI FreeLife TestTour est passé de 100 à près de 240. Les campeurs devaient se présenter dans une vidéo adressée à la rédaction du magazine ACSI FreeLife et choisir l'une des quatre catégories de testeurs : les bons-vivants, les personnes actives, les amateurs de culture et les campeurs en famille.

Lors d'une soirée de sélection, le siège d'ACSI à Andelst a reçu quatre candidats par catégorie pour qu'ils puissent se présenter en personne. Les quatre équipes en photo sont celles qui ont réussi les sélections et qui tiennent le rôle principal pendant le tour, cette fois divisé en deux voyages.

À l'heure où vous lisez ce magazine, les équipes Personne actives et Campeurs en famille sont déjà allées en Wallonie avec une caravane flambant neuve attelée à une Subaru Outback. Sur place, c'est notre partenaire Wallonie Belgique Tourisme qui leur a

concocté un programme de rêve. Celui-ci comprenait notamment du rafting dans les Ardennes, une course sur le circuit de Spa-Francorchamps et la découverte des Grottes de Han. Plusieurs campings de Wallonie faisaient partie du voyage. Vous pourrez découvrir les images et blogs en janvier 2020 via les différents canaux ACSI.



Les acteurs principaux de l'ACSI FreeLife TestTour 2019.

Le TestTour à la découverte des villes hanséatiques est en cours en ce moment même pour les équipes Amateurs de culture et Bons-vivants, équipés de camping-cars tout neufs. Ils sont suivis de près par les caméras d'ACSI FreeLife. L'itinéraire, riche en activités et en séjours en camping et aires de camping-cars, a été proposé par notre partenaire Interreg Deutschland Nederland. Les Bons-vivants ont par exemple pu déguster la célèbre pâtisserie de Deventer, tandis que les Amateurs de culture ont appris l'impressionnante histoire de la Hanse (ancienne ligue mar-

chande). Les véhicules ont une nouvelle fois été fournis par notre partenaire Erwin Hymer Group Nederland, qui représente entre autres les marques Dethleffs, Eriba, Bürstner et LMC. Les expériences de ces deux équipes vous seront racontées fin septembre.

Le magazine ACSI FreeLife va également publier de nombreux articles sur les aventures des équipes test. Bien sûr, ces articles aborderont également les équipements de camping et autres services rendus disponibles en collaboration avec notre partenaire Isabella. Les publications et vidéos seront vues par près de deux millions de campeurs. Suivez l'ACSI FreeLife TestTour via le lien ACSIFreeLife.nl/testtour2019.

Envie de découvrir les possibilités de partenariat pour l'ACSI FreeLife TestTour ? Contactez-nous et posez-nous la question !

Colophon

Publication

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

Direction

Ramon van Reine

Rédacteurs en chef

Frank Jacobs

Coordination / Rédaction finale

Ed Lodewijks

Rédaction

Timo de Boer, Joyce Broekhuis, Lot Folgering, Charlotte Kipp, Marieke Krämer, Bram Kuhnen, Hans Pijnenburg, Katinka Schippers, Vincent Smit, Guido van den Tillaart, Jeroen Timmermans, Olle Vastbinder, Lucia Velthuis

Espaces publicitaires

Département des ventes ACSI

Rédaction images

Bobo Freeke, Maurice van Meteren

Mise en page

Suzanne Bas, Jet Bouwmans, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Maurice van Meteren, Ton Oppers, Rick Reijntjes, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Esther Schoonderbeek, Tina van Welie

Mise en forme

Ton Oppers

Impression

Rodi Rotatiedruk

Gestion impression

Ronnie Witjes

L'émission néerlandaise « We zijn er bijna ! » vous emmène aux Balkans

ACSI à la télévision

Imaginez : partir en vacances en camping-car ou en caravane, à des endroits où vous n'avez jamais été, avec des personnes que vous ne connaissez pas. Les situations incongrues que cela peut produire, voilà ce que vous montre l'émission télévisée néerlandaise « We zijn er bijna ! ». Pour la deuxième année consécutive, l'émission, véritable succès qui rassemble régulièrement plus de 1,5 millions de téléspectateurs, vous fait découvrir un voyage en camping ACSI.

Sous la direction de Wiklem et Petra Kuijs, superviseurs de voyage chez ACSI, un groupe de 33 campeurs a découvert des endroits incroyables en Bosnie, au Monténégro et en Albanie. Pendant les cinq semaines du voyage, les campeurs ont été filmés par une équipe de la chaîne

Omroep Max. Les téléspectateurs ont donc pu découvrir le monde du camping.

Une image positive

L'émission « We zijn er bijna ! » montre tous les aspects des vacances organisées. De l'installation de la caravane avec

un système de manœuvre à la formation de nouvelles amitiés, en passant par la plongée dans d'autres cultures et la découverte d'une nature exceptionnelle. Le programme est le moyen idéal de montrer à tout le monde aux Pays-Bas les côtés positifs des vacances en camping en groupe.

Des excursions riches en émotion

Une part importante du voyage était représentée par l'aventure en pleine nature. Au Monténégro, les campeurs ont fait de la tyrolienne, en Bosnie, ils ont découvert les joies du rafting et au village de Theth, en Albanie, ils ont pris part à une randonnée de deux jours. Très enthousiastes, les participants s'en sont donnés à cœur joie. Cela donne naturellement des images à couper le souffle.



Petra and Willem Kuijs, les superviseurs de voyage ACSI pour cette édition de « We zijn er bijna ! »

Envie de savoir comment s'est passé le voyage ?

Regardez les épisodes en replay sur NPOstart.nl (seulement en néerlandais).

ACSI, un vrai spécialiste

ACSI Voyages Camping propose des voyages organisés aux clients des Pays-Bas et en Allemagne. Les campeurs en possession de leur propre caravane ou camping-car peuvent choisir parmi une large gamme de destinations, en Europe et au-delà. Chaque

voyage est unique et offre un programme personnalisé en fonction du groupe. Ce programme laisse largement la place aux visites personnelles. Les superviseurs de voyage sont formés par ACSI et sont prêts à tout pour vous accompagner au mieux pendant votre voyage.



Frissons garantis avec le rafting en Bosnie.



Media 2020

Your European Media Specialist

ACSI Guides de camping

Votre camping apparaît dans différents guides ACSI, qui sont vendus dans plusieurs pays. En 2020, le tirage total des guides sera de 710 500 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 quelque 10 000 000 de 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.



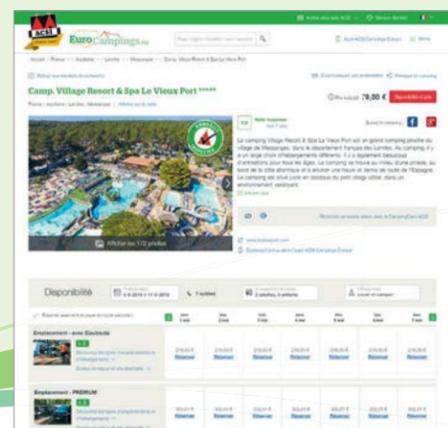
Appli ACSI Campings Europe

Vos informations de camping détaillées sont insérées gratuitement dans l'appli ACSI Campings Europe. Cette appli, utilisée 2 500 000 fois par an et 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.



ACSI Booking

Grâce à ACSI Booking, vous pouvez proposer votre offre de camping sur les sites et applis d'ACSI. Vous souhaitez profiter de ce système de réservation pratique ? L'intégration de votre camping est simple, vous payez toujours une faible commission, vous fixez vous-même l'offre et le campeur paie le tarif officiel du camping.



Consultez les possibilités de promotions proposées sur :

www.ACSI-MEDIA.com