



par ACSI le spécialiste de camping : **édition automne 2025**



Le Monde ACSI



ACSI inspecte

Tout sur l'inspection annuelle de
10 000 campings

L'expérience optimale pour les clients

Quelle application pour les clients convient à votre camping ?

► Lire la suite aux **pages 4-5**

ACSI Awards 2026

Début de la période de vote pour la cinquième édition des ACSI Awards.

► Lire la suite aux **pages 10-11**

Camping Union Lido Mare 70 ans

D'un modeste camping à un luxueux complexe cinq étoiles.

► Lire la suite aux **page 13**

Le camping commence en ligne

L'importance d'une bonne visibilité numérique.

► Lire la suite aux **pages 14-15**

Préface



Chère propriétaire, cher propriétaire ou gestionnaire de camping,

L'intelligence artificielle domine l'actualité. Le secteur touristique innove également, et ACSI explore avec soin les possibilités offertes par l'IA. Dans le même temps, l'entreprise reste fidèle à son cœur de métier : fournir des informations fiables et actualisées sur les campings.

À une époque où la fiabilité des informations numériques est remise en question, ACSI se distingue par sa présence physique sur les campings. Son équipe d'inspecteurs veille à visiter chaque année 10 000 campings en Europe. Cette méthode rend ACSI unique et précieuse. C'est la seule façon de garantir aux campeurs des informations sur lesquelles ils peuvent vraiment compter.

Pourtant, tout ne reste pas figé. ACSI travaille activement au développement de l'application Camping Comfort (pages 4–5) et produira bientôt une version allemande de l'ACSI FreeLife TestTour, déjà couronnée de succès aux Pays-Bas et en Flandre (page 12).

Avec la cinquième édition des ACSI Awards (pages 10–11), les campings sont littéralement mis sous les projecteurs. Une reconnaissance moderne fondée sur un principe classique : une qualité qui mérite d'être mise en avant !

L'entreprise souhaite une fin de saison réussie et aborde les prochaines années avec confiance.

Ramon van Reine
CEO ACSI



Dans cette édition du Le Monde ACSI

4 Aperçu des applications pour les clients

De plus en plus de campings utilisent des applications destinées aux clients afin de rendre leur fonctionnement plus rapide, plus efficace et plus convivial. Le marché de ces applications est en pleine évolution. ACSI dresse un panorama des solutions, montre quelles applications existent, quelles fonctionnalités elles offrent et quels sont les coûts liés à leur utilisation.



6 L'importance des inspections

Chaque année, ACSI inspecte 10 000 campings en Europe. Cette méthode rend ACSI unique dans le monde du camping. Florian van Beem dirige l'équipe de 400 inspecteurs et explique pourquoi ACSI attache une telle importance à ces inspections annuelles et comment la qualité est maintenue. Quatre inspecteurs donnent un aperçu de leur manière de travailler.

10 La 5e édition des ACSI Awards

En 2026, les ACSI Awards seront décernés pour la cinquième fois. À partir du 15 septembre, les campeurs pourront voter dans plusieurs catégories pour leurs campings préférés. ACSI explique comment les campings peuvent eux-mêmes accroître leurs chances de remporter un ACSI Award. Un retour est également proposé sur la cérémonie de cette année.



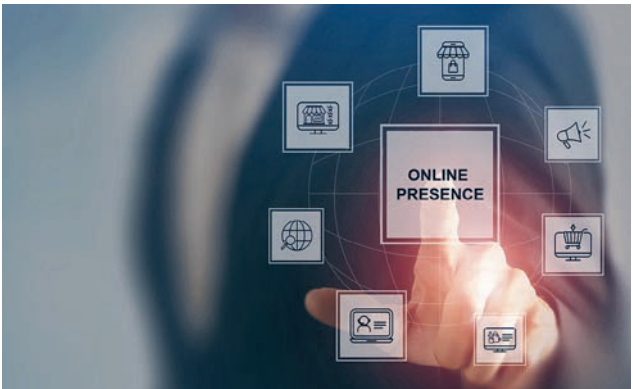
12 CampLife TestTour

Cette année, ACSI produit le premier CampLife TestTour : une version allemande de l'ACSI FreeLife TestTour, déjà réussie aux Pays-Bas et en Flandre. Le concept reste le même : quatre équipes de test partent avec un camping-car ou une combinaison voiture-caravane flambant neufs à travers une région européenne. ACSI suit cette aventure en mots et en images.



13 70 ans du Camping Union Lido Mare

Camping Union Lido Mare fut le premier camping cinq étoiles d'Italie et célèbre cette année son 70e anniversaire. Le propriétaire Alessandro Sgaravatti revient sur la riche histoire du camping et se projette vers l'avenir, avec de nouvelles extensions à venir. Il explique aussi comment il fait face au manque de personnel.



14 Visibilité numérique

Aujourd'hui, le camping commence souvent en ligne. Les vacances sont soigneusement préparées sur ordinateurs portables, iPads ou smartphones. Être visible en ligne est donc devenu indispensable pour les campings. Mais comment les campeurs se comportent-ils en ligne, et où et quand un camping doit-il être présent ? ACSI a mené l'enquête.

ACSI camping.info Booking continue de croître

Les chiffres de la plateforme de réservation commune d'ACSI et camping.info sont une nouvelle fois très positifs sur les huit premiers mois de 2025. Par rapport à la même période en 2024, le nombre de réservations a augmenté de 43 % et le chiffre d'affaires de 34 %.

Influence des extrêmes climatiques
2025 est jusqu'à présent une année marquée par de nombreux phénomènes météorologiques extrêmes. Le centre et le nord de l'Europe ont connu un printemps exceptionnellement sec et chaud, tandis que le sud de l'Europe a été fortement arrosé. En été, la chaleur extrême a surtout touché le sud, accompagnée d'incendies de forêt et d'inondations largement relayés dans les médias. L'une des conséquences est que les campeurs réservent plus tard et de plus en plus à la dernière minute.

Europe du Nord vs. Europe du Sud
Sur le marché, certains affirment que certains groupes de campeurs choisissent moins souvent l'Europe du Sud et préfèrent rester dans leur propre pays ou voyager vers le nord, en particulier en haute saison. ACSI camping.info Booking n'observe cependant pas cette tendance dans ses données.

En analysant l'origine des campeurs qui réservent via cette plateforme, l'Allemagne, les Pays-Bas et la France forment le trio de tête. Dans ces trois pays, les réservations vers l'Europe du Sud – y compris vers des destinations comme la France – sont en hausse. Les campeurs néerlandais restent toutefois un peu en retrait.

Le nombre total de réservations vers des campings en Europe du Sud a augmenté de 42 %. Cette progression est principalement portée par les campeurs allemands et français, bien plus

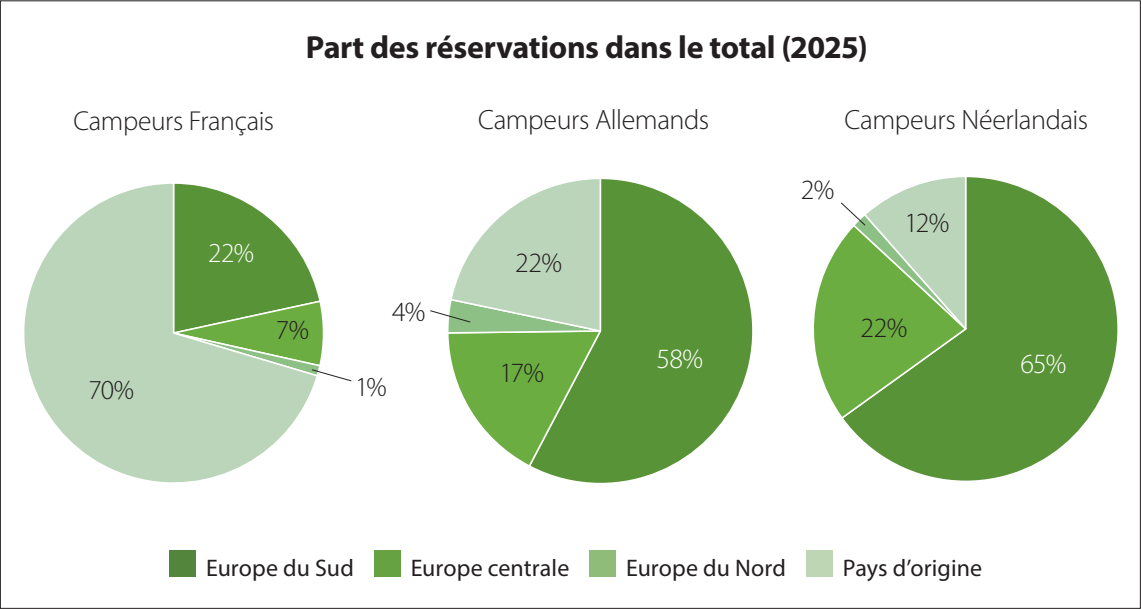
que par les Néerlandais. Ces derniers ont en revanche réservé beaucoup plus de séjours dans leur propre pays (+74 %) ainsi qu'au Luxembourg (+76 %) et au Danemark (+93 %).

Le pays d'origine séduit toujours
Camper dans son propre pays

reste populaire dans la plupart des pays européens. Ainsi, les Français préfèrent largement rester en France. La part des réservations domestiques dépasse les 70 % et a augmenté de 83 % chez ACSI.

L'Allemagne dispose également d'un marché intérieur important.

Chez ACSI, les réservations de campeurs allemands dans leur propre pays ont progressé de 25 %. Aux Pays-Bas, la part des réservations domestiques a augmenté de 20 %. Toutefois, avec un total de 11,5 %, ce chiffre reste bien inférieur aux 65 % des réservations vers l'Europe du Sud.



Taux d'occupation complet pour les SunLodges

Le tour-opérateur Suncamp propose ses propres SunLodges sur une sélection de campings européens haut de gamme. Ces tentes lodges aventureuses et mobil-homes de luxe affichent un taux d'occupation élevé. Un nouveau concept voit également le jour : Suncamp Boutique.

Forte fréquentation
Les SunLodges sont notamment présents sur des campings situés au lac de Garde, sur la côte vénitienne, dans le sud de la France, en Croatie et en Sardaigne. Le taux d'occupation est très bon depuis des années. Le nombre moyen de nuits complètes oscille toujours entre 120 et 125, avec des pics allant de 150 à 170 nuits dans certaines régions d'Italie.

Pour SunLodge, c'est la meilleure année jamais enregistrée.
Ces dernières années, ACSI a beaucoup investi pour améliorer les SunLodges. « Nous ne misons plus sur la croissance du nombre de SunLodges, mais sur l'élévation constante de la qualité de l'offre. Cela se traduit par un taux d'occupation très élevé », explique Pieter Melieste, responsable du touroperating.

Nouveau concept
Suncamp a également lancé un nouveau produit: Suncamp Boutique. Il s'agit de campings à taille humaine, élégants et exclusivement équipés d'hébergements glamping. Pas de tourisme de masse, mais une attention portée à la qualité et

à l'expérience. Ce concept s'adresse aux campeurs qui apprécient le charme de l'hôtel en plein air, la tranquillité et une touche d'exclusivité.



ACSI présent sur les salons d'automne

Le Caravan Salon de Düsseldorf marque chaque année le coup d'envoi de la saison des salons. Cette année encore, ACSI était présent sur le plus grand salon du camping d'Europe, au Messe Düsseldorf. ACSI sera également visible sur d'autres salons de renom. Le stand ACSI sera installé sur différents salons professionnels et grand public en Europe, où des millions de visiteurs sont attendus cette année encore.

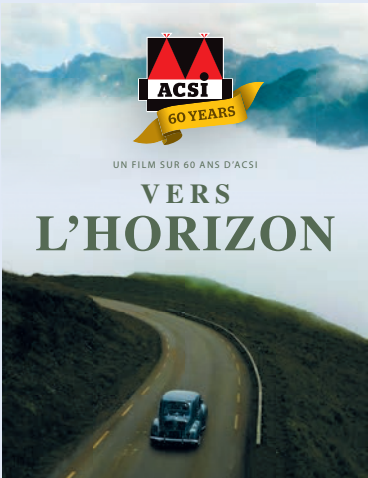
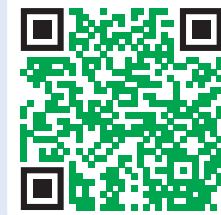
Retrouvez ACSI notamment sur les salons suivants :

Motorhome and Caravan Show	14 – 19 octobre 2025	Birmingham (Royaume-Uni)
CampExpo	27 – 28 octobre 2025	Mainz (Allemagne)
Sett	4 – 6 novembre 2025	Montpellier (France)
Recreatie vakbeurs	11 – 13 novembre 2025	Hardenberg (Pays-Bas)
Norddeutscher Campingtag	26 – 27 novembre 2025	Lubeck (Allemagne)
CMT	17 – 25 janvier 2026	Stuttgart (Allemagne)
Caravana	28 janvier – 1 février 2026	Leeuwarden (Pays-Bas)
Ferie for Alle	20 – 22 février 2026	Herning (Danemark)
Motorhomesalon	28 février – 1 mars 2026	Anvers (Belgique)

Film anniversaire : 60 ans d'ACSI

À l'occasion de son 60e anniversaire, un film a été réalisé retraçant l'histoire d'ACSI. Il est disponible sur la chaîne YouTube d'ACSI. Découvrez comment le fondateur Ed van Reine, son fils Ramon, Peter Dekker et une équipe fidèle ont fait d'ACSI le spécialiste du camping en Europe. Avec des images uniques, des récits personnels et des interviews sincères.

Scannez ici pour regarder le film !



Applications pour les clients des

Une meilleure expérience de camping, plus de revenus

Les inspections annuelles des campings réalisées par ACSI montrent que plus de 85 % des campings européens n'utilisent pas encore d'application pour leurs clients. Pourtant, une telle application mérite d'être envisagée. Les applications disponibles sur le marché visent non seulement à améliorer l'expérience des clients et à faire gagner du temps – aussi bien pour les campeurs que pour les campings – mais surtout à augmenter les revenus. Ainsi, les commandes de pain ou les demandes de location de vélos sur papier ou dans un fichier Excel appartiennent au passé. De plus, une application (personnalisée) donne au camping une image plus moderne et permet d'informer les campeurs de manière agréable et complète pendant leurs vacances.

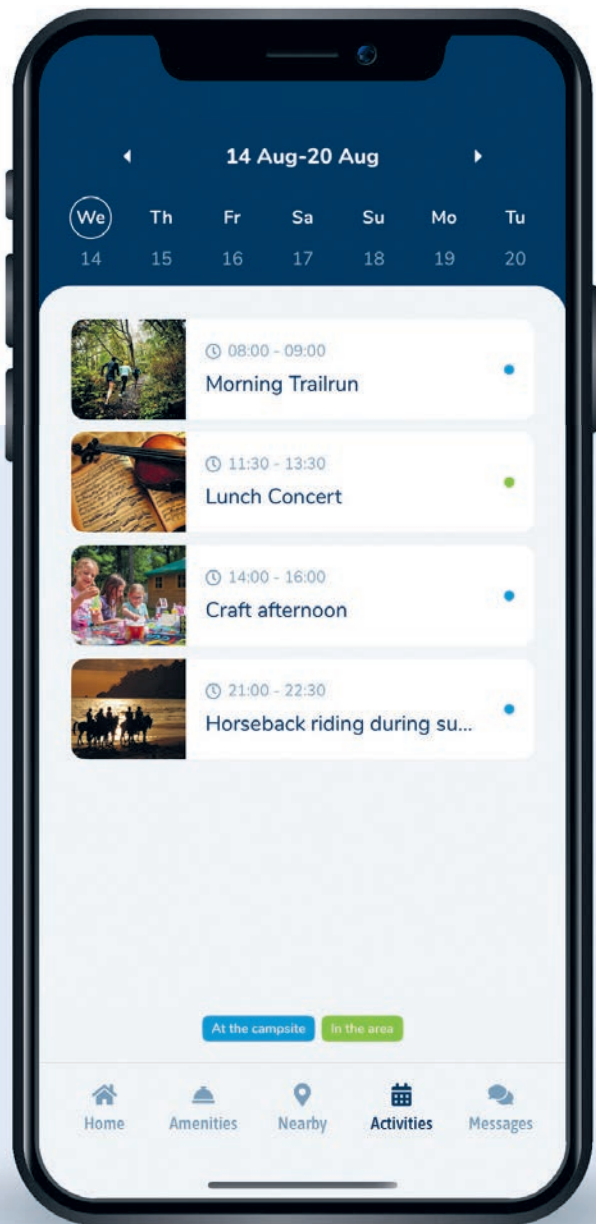
Contact personnel

Une application pour clients offre également aux campings un autre avantage important par rapport à la concurrence, notamment en haute saison. C'est justement à ce moment-là qu'une telle application prouve sa valeur : même lorsque les réceptions sont débordées, le contact personnel peut être maintenu.

Entièrement dans l'identité visuelle

Environ 5 % des campings européens utilisent une application en marque blanche. Cela permet à un camping de créer sa propre application – entièrement

personnalisée avec son identité visuelle. On s'attend à ce que le nombre de campings utilisant une application pour clients (en marque blanche ou non) augmente dans les prochaines années. ACSI a donc analysé le marché des applications pour clients. Quelles applications sont actuellement disponibles pour les propriétaires de campings et quelles fonctionnalités offrent-elles ? Pour répondre à ces questions, ACSI a étudié les cinq principaux acteurs européens – Cool 'n Camp, Camping Comfort, Gastfreund, Uplaan et CompuSoft cWallet – et a évalué ces applications selon six critères différents.



En développement : l'agent IA de Camping Comfort

Bien entendu, l'intelligence artificielle fait aussi son entrée dans le monde des applications pour clients. Camping Comfort, par exemple, travaille activement à l'introduction d'un agent IA dans son application.

Cette fonctionnalité est encore en phase bêta, mais un nouveau module de Camping Comfort sera bientôt lancé sur le marché. À l'automne 2025, la fonctionnalité sera présentée pour la première fois lors de salons. L'IA est déjà largement utilisée dans les applications pour clients – pour écrire du code, effectuer des traductions et créer du contenu. Mais

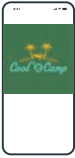
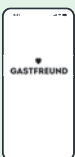
Camping Comfort franchit une nouvelle étape : un agent IA. Cet agent combine trois piliers essentiels de l'application : le marketing auprès des clients, les achats et activités in-app, et l'intelligence artificielle. L'agent peut suggérer aux campeurs des sorties dans la région et les informer sur la météo pendant leur séjour. Il tient aussi compte

du jour de la semaine, ce qui lui permet de savoir exactement quels marchés ont lieu ce jour-là ou quels sont les horaires d'ouverture des attractions locales. Même commander le petit-déjeuner devient beaucoup plus simple : « Ces derniers jours, vous avez commandé quatre croissants et six petits pains. À nouveau demain ? »

**camping
comfort**

Le marché européen des applications pour clients de camping est encore jeune, mais il se développe rapidement. Les applications existent sous différentes formes et répondent à des besoins variés. ACSI compare les cinq principales applications européennes selon six critères : fonctionnalités, facilité d'utilisation, possibilités d'intégration, support linguistique, augmentation des revenus et coûts.

campings : un aperçu du paysage

Application pour clients	Fonctionnalités	Facilité d'utilisation	Possibilités d'intégration	Support linguistique	Augmentation des revenus	Coûts
 Camping Comfort (Europe – 18 pays, depuis 2019)	Commandes et paiements in-app de pains et de repas, réservation d'articles en location et d'activités – aussi sur compte. Fonction chat, notifications push et smart messaging : messages programmés pour un public spécifique, et fonctionnalité IA pour la création de contenu. Carte avec attractions et activités de la région. Accès réservé aux clients présents grâce à un QR code unique.	Aucun onboarding nécessaire grâce à l'interface intuitive. Le plus d'informations standards possible déjà pré-remplies lors de l'inscription. Améliorations et mises à jour gratuites chaque mois pour tous les utilisateurs. Grâce à la structure modulaire, tout le contenu peut être adapté, par exemple, à la saison ou à la disponibilité des services.	Intégration fluide avec divers systèmes tels que Booking Experts, Camping.care, Recranet, Google Calendar, Recreatheek, Stripe, Mollie, Pay.nl et Rabo Smart Pay. Connexion intégrée avec ChatGPT.	Support multilingue unique et très performant grâce à l'intégration de DeepL. Tout le contenu peut être affiché dans la langue souhaitée.	Les clients augmentent leur chiffre d'affaires de 20 % en moyenne grâce aux achats in-app. Cross-selling possible grâce à l'utilisation de plusieurs canaux.	Tarif annuel fixe basé sur le nombre d'emplacements ou d'hébergements. Tous les modules, y compris les futures mises à jour, sont inclus. Période d'essai gratuite, aucun frais de démarrage.
 CompuSoft cWallet (Danemark)	Partie intégrante du système CompuSoft : ne peut pas être utilisée séparément. Vue d'ensemble complète des réservations et des paiements, possibilité d'auto-enregistrement. Application servant de clé numérique pour barrières et portes, achat supplémentaire d'électricité et d'eau. Extension optionnelle avec cPay pour les paiements.	Intégration parfaite lorsqu'on utilise l'ensemble du système CompuSoft.	Intégration complète avec les systèmes propres de CompuSoft pour les réservations, les paiements, la gestion énergétique, la boutique en ligne et le fil d'actualités. Connexion avec un autre PMS impossible.	Disponible en quatre langues : anglais, danois, allemand et suédois. Du contenu supplémentaire peut être ajouté dans n'importe quelle langue.	Le cross-selling est une fonctionnalité clé de cWallet.	Gratuit pour les campings utilisant le système de réservation de CompuSoft. L'investissement est inclus dans l'achat du logiciel.
 Cool'n Camp (France, depuis 2009, principalement chaînes de campings)	Check-in en ligne, livret de bienvenue et d'informations numériques, calendrier des activités, signalement de problèmes d'infrastructures, commande et paiement de produits, inventaire numérique. Notifications push aux clients présents.	Gestion via un back-office web où le contenu est facilement modifiable.	Peut être reliée à divers PMS, systèmes de services techniques, systèmes de commande « click & collect », planifications d'activités et outils de satisfaction clients.	Disponible en 8 langues. Pas d'option de traduction automatique pour les clients étrangers.	Réduit les freins aux dépenses et aux achats impulsifs. Les extras peuvent être réservés et payés avant ou pendant le séjour.	Abonnement annuel. Prix en fonction de la taille du camping et des fonctionnalités souhaitées. Licence renouvelée automatiquement.
 Gastfreund (Allemagne)	Réservations in-app de produits et services. Possibilité d'envoyer des notifications push aux clients présents ou contact direct via la fonction chat.	Dispose d'un système éditorial complet permettant de publier du contenu simultanément sur tous les canaux.	Propose des intégrations avec des systèmes hôteliers et des PMS pour campings. La plateforme propose également plusieurs services numériques, permettant une publication multicanale.	Les informations de base peuvent être affichées en quatre langues : allemand, anglais, néerlandais et italien. Contenu supplémentaire saisissable en plusieurs langues.	Activités et offres réservables en un clic. Facturation effectuée par la réception.	Forfaits sur mesure basés sur un abonnement.
 Uplaan (Catalogne, Espagne)	Backend complet de gestion pour campings. Tâches (automatiquement) assignées au personnel. Les clients consultent, réservent et paient directement dans l'application. Les problèmes signalés sont envoyés directement au service compétent.	Application entièrement fonctionnelle en 15 jours, incluant la synchronisation avec les systèmes existants.	Conçue pour se connecter au système de réservation et de paiement existant du camping. Clients, réservations, hébergements etc. entièrement synchronisés.	Disponible en quatre langues : espagnol, anglais, français et allemand. Le contenu peut être saisi en plusieurs langues.	Uplaan promet un processus d'achat simplifié, plus de transactions et une dépense moyenne plus élevée. Grâce à la connexion au système de paiement, une commande ou réservation d'activité ou de service peut être réglée immédiatement.	Prix basés sur la mise en œuvre (onboarding ±15 jours), l'intégration avec les systèmes existants, le nombre d'emplacements/hébergements et les fonctionnalités souhaitées.

L'importance des inspections de campings

Depuis la création d'ACSI, les inspections de campings sont indissociables de l'entreprise. Alors qu'en 1964 le fondateur Ed van Reine, accompagné de quelques collègues enseignants, faisait le tour de plusieurs dizaines de campings en Espagne, France, Luxembourg, Belgique et aux Pays-Bas, aujourd'hui une équipe de plus de 400 inspecteurs (souvent des couples) parcourt chaque année 10 000 campings à travers l'Europe. Cette inspection annuelle rend ACSI unique, et les informations collectées sont indispensables au fonctionnement de l'entreprise.

Unique en Europe

Inspecter chaque année 10 000 campings européens est une tâche considérable. Mais cette méthode de travail rend l'entreprise unique en Europe. ACSI est la seule organisation à visiter tous les campings chaque année de ses propres yeux. Cela garantit des informations actuelles et fiables, utilisées comme base pour les guides, sites web et applications. C'est en fait le pilier sur lequel repose l'entreprise.

L'équipe de plus de 400 inspecteurs – souvent des couples – ne se contente pas d'évaluer l'ambiance générale et la qualité, mais suit également une liste détaillée de plus de 250 équipements et points de contrôle.

Une machine bien rodée

Florian van Beem, avec ses collègues Verona Theloosen et Lisan Lommen, est responsable de la coordination de l'équipe d'inspection. « Nous soutenons les inspecteurs. Ils peuvent s'adresser à nous s'ils ont des questions ou besoin d'un interlocuteur. Nous coordonnons également les visites et veillons à ce que chaque inspecteur parte bien préparé. » Grâce à ce trio, la lourde tâche fonctionne comme une machine

bien huilée. Mais c'est malgré tout un travail à plein temps tout au long de l'année. « Les inspections se déroulent chaque année entre mai et septembre. Mais c'est avant et après cette période que le travail est le plus intense. » Maintenir la force de l'équipe, organiser la répartition des zones et former et encadrer les inspecteurs (voir encadré page 7) prend beaucoup de temps. « Et en septembre, nous clôturons toujours la saison par un week-end convivial. Ensuite, nous passons immédiatement à la nouvelle saison. »

Une grande importance

Les informations collectées par les inspecteurs constituent la base du fonctionnement d'ACSI. « C'est pourquoi ces inspections annuelles sont si importantes pour nous », explique Van Beem. « Elles nous permettent de garder nos guides, sites et applis aussi à jour et fiables que possible. Nous avons été sur place nous-mêmes et vu de nos propres yeux l'état du camping et de la région. Nous voulons le montrer aux campeurs. Ils doivent pouvoir avoir une confiance aveugle dans les informations fournies par ACSI. » Beaucoup de choses peuvent changer en un an, comme le sait Van Beem. « Personne ne veut choisir un camping en fonction

d'un équipement – comme un court de tennis ou la possibilité de louer des vélos – et découvrir ensuite que ce service n'est plus offert depuis des années. » À l'inverse, de nouveaux équipements peuvent apparaître et méritent d'être mentionnés. Ou un changement de propriétaire peut entraîner des modifications sur le camping. « Nous voulons être aussi actuels que possible, voilà pourquoi cette visite annuelle est essentielle. »

Pas de jugement de valeur

Contrairement à l'ADAC ou à l'ANWB, les inspecteurs d'ACSI n'attribuent pas d'étoiles aux campings. « L'essentiel, c'est que nous visitons tous les campings », explique Van Beem. « Nous vérifions la situation actuelle et déterminons si un camping est de qualité suffisante pour être publié l'année suivante. Le jugement de valeur, ce sont les campeurs eux-mêmes qui le donnent dans leurs avis. Chaque campeur a des attentes différentes et une perception différente de la qualité. Certains apprécient un endroit calme à la campagne, d'autres veulent un parc aquatique pour les enfants. »

Pendant leurs visites, les inspecteurs échantent aussi avec les campeurs présents. « Bien sûr,



Verona Theloosen, Lisan Lommen et Florian van Beem encadrent les 400 inspecteurs.

ce sont de courtes conversations, mais elles permettent d'obtenir une image plus claire auprès de

ceux qui séjournent plus longtemps. »



L'ensemble de l'équipe d'inspection clôt la saison en septembre par un week-end convivial au cours duquel l'année est également évaluée.



Pour de nombreux campeurs, le label ACSI est le signe que le camping garantit la qualité.

Standard de qualité

La visite d’un inspecteur ACSI ne garantit pas une publication dans les guides, applis ou sites ACSI. Chaque année, certains campings sont exclus parce qu’ils ne répondent plus aux standards de qualité d’ACSI. « Cela ne se fait généralement pas du jour au lendemain. Il s’agit souvent de campings en cours de vente ou de fermeture. Mais avec un nouveau propriétaire, la situation peut rapidement changer et l’inspecteur peut décider de réintégrer le camping l’année suivante. »

Un inspecteur comme partenaire

L’inspecteur ACSI échange également avec le propriétaire ou le gestionnaire du camping. Cela lui permet d’obtenir des informations supplémentaires et, inversement, d’être sollicité pour des conseils. « Nos inspecteurs visitent de nombreux campings, parfois depuis des années. Ils deviennent ainsi des partenaires de réflexion pour les gérants. Plus ils reçoivent d’informations, mieux ils peuvent contribuer aux solutions. Même lorsqu’il s’agit d’améliorer la visibilité sur les plateformes ACSI, ils peuvent conseiller. C’est vraiment un échange réciproque. »

Un inspecteur, qui suit en moyenne 25 campings dans sa zone, connaît généralement bien la région et ses enjeux. « Ils voient les tendances, connaissent le marché local,

savent ce qui se passe dans la région et peuvent ainsi apporter un conseil ciblé. Dans certains cas, nos inspecteurs participent même activement à l’élaboration de plans marketing et de promotions. L’inspecteur devient alors un véritable partenaire du camping. »

Inspecté par ACSI

Après l’inspection, l’inspecteur appose l’autocollant annuel sur le label spécial ACSI Inspected. Ainsi, le campeur sait qu’un inspecteur ACSI est passé et que tout est vérifié et à jour. Et cela a de l’impact. « Cela montre que le camping répond à un certain standard de qualité. Pour beaucoup de campeurs, l’autocollant est le signe que le camping est “good to go”. »

De l’inspection au guide

Tous les inspecteurs transmettent leur rapport d’inspection chaque année avant le 1er septembre. Cela se fait désormais en ligne via l’ACSI Campsite Portal. Les informations et remarques importantes sont ensuite traitées par la rédaction. Celle-ci veille à tout contrôler et à ce que les informations pertinentes soient intégrées à temps pour la production des nouveaux guides ACSI.

Heureusement, l’IA aide désormais dans ce processus de vérification, mais cela reste une tâche importante chaque année afin de livrer tout dans les temps aux imprimeurs.

L’inspection annuelle des campings rend ACSI unique

ACSI n’est pas la seule organisation à effectuer des inspections de campings. L’ANWB et l’ADAC inspectent également un certain nombre de campings. Cependant, on peut noter plusieurs différences dans ces inspections.

			
Nombre d’inspecteurs	400	30*	20*
Nombre de campings inspectés par an	10 000	2 000	2 000*
Tous les campings visités personnellement chaque année	✓	✗	✗
L’inspecteur informe sur les possibilités de promotion	✓	✗*	✗*
Visibilité de l’inspecteur	Visible pour les campeurs avec nom et coordonnées	Inspecteur inconnu	Inspecteur inconnu
Appréciation	Contrôle l’ensemble des 250+ équipements sur place selon la norme de qualité ACSI, garantissant des informations toujours à jour. L’inspecteur ne donne pas d’avis de valeur.	Inspecte cinq critères sur la base desquels une classification par étoiles (0–5) est attribuée.	Inspecte cinq critères sur la base desquels une classification par étoiles (0–5) est attribuée.
Nombre de campings publiés	9 400	12 000	14 400

* ACSI a demandé à ADAC-Pincamp et à l’ANWB des informations concernant le nombre de campings inspectés chaque année et le nombre d’inspecteurs. Ils n’ont pas souhaité fournir ces données, de sorte que les chiffres indiqués dans ce tableau sont des estimations basées sur les informations connues d’ACSI et le site internet de Pincamp for Business.

Comment ACSI garantit la qualité de ses inspecteurs

Pour que les inspections annuelles se déroulent sans accroc, l’équipe d’inspection d’ACSI organise tout en coulisses. Cela commence par le recrutement et la sélection des inspecteurs.

Étape 1 : recrutement et sélection

Chaque automne, environ 200 aspirants inspecteurs participent aux journées d’information organisées. Ils y découvrent mieux le rôle et les tâches. S’ils s’inscrivent comme inspecteurs, ils entrent dans la procédure de sélection d’ACSI. Van Beem explique : « Les inspecteurs sont de véritables ambassadeurs d’ACSI. Nous voulons donc que leur profil corresponde à l’entreprise. Nous tenons également compte des compétences linguistiques et des préférences de zone. »

Étape 2 : le grand puzzle des inspections

Vient ensuite le grand puzzle de l’équipe. ACSI a divisé l’Europe en environ 425 zones d’inspection,

et il faut trouver un inspecteur adapté pour chacune. Plusieurs facteurs jouent un rôle. « La maîtrise des langues est évidemment importante. Et si une zone est difficile d’accès en camping-car, nous choisissons un inspecteur avec une caravane », explique Van Beem.

Résoudre l’ensemble du puzzle prend environ deux mois. « Nous envoyons ensuite aux inspecteurs une proposition de zone. Ils peuvent y réagir et nous finalisons ensuite la répartition. »

Étape 3 : formations au siège

Pour maintenir un haut niveau de qualité, ACSI propose tout au long de l’année des formations et des sessions de remise à niveau, en ligne et au siège. Chaque printemps, des journées de lancement ont lieu au bureau d’Andelst. « C’est le début de la saison d’inspection, après quoi les inspecteurs partent réellement sur le terrain. Pendant sept jours, tous les inspecteurs actifs passent au siège, et ACSI les informe de

toutes les évolutions internes et externes. »

Étape 4 : inspection et évaluation

En été, les inspecteurs partent recueillir toutes les données. Via l’ACSI Inspector Portal, tout arrive chez ACSI et la rédaction commence à traiter les informations et à composer les guides. « En septembre, la saison se clôture par un week-end convivial, réunissant inspecteurs, commerciaux et l’équipe d’inspection pour évaluer l’année. »

Des évaluations ont également lieu durant la saison. « Les campings visités reçoivent un questionnaire sur la visite, et des informations sont recueillies par le service commercial et la rédaction. Si des formations supplémentaires sont nécessaires, elles sont organisées immédiatement », précise Van Beem. Tout cela afin de maintenir une qualité élevée et de servir au mieux campings et campeurs.



Les journées de lancement pour les inspecteurs au siège d’ACSI à Andelst.

Rencontrez nos inspecteurs

Chaque année, plus de 400 inspecteurs ACSI parcourent l'Europe pour évaluer 10 000 campings et fournir ainsi aux campeurs des informations fiables et à jour. ACSI a suivi quatre inspecteurs pendant leur tournée. Ils racontent ce que signifie être en mission pour ACSI.

Ben Fikse

Zone d'inspection : Veluwe (Pays-Bas)

Actif pour ACSI : 12 ans

Depuis trois ans, Ben Fikse inspecte les campings aux

Pays-Bas, notamment dans la région du parc naturel de la Veluwe. Auparavant, il avait, avec son épouse, inspecté des campings en Hongrie, en Bosnie-Herzégovine, au Portugal et

dans le sud-est de l'Allemagne. Pour Fikse, être inspecteur signifie continuer à contribuer à la société après sa retraite, rester en contact avec les gens et poursuivre son développement personnel.

« Les premières années, j'ai pris le temps de bien connaître ACSI et tous les campings », explique-t-il. « De cette manière, j'ai acquis une bonne compréhension de ce que signifie réellement gérer un camping et de ce qu'impliquent les inspections. » Fikse accorde une grande importance à l'hygiène, notamment celle des installations sanitaires. Mais il s'intéresse également à l'ambiance générale. « Ce n'est pas une raison pour refuser un camping, mais pour les campeurs, c'est déterminant. J'intègre donc toujours ce point dans mon rapport. »

Il constate qu'un lien se crée rapidement entre l'inspecteur et les

propriétaires de camping. « Lors de ma deuxième année comme inspecteur, j'ai visité des campings en Bosnie-Herzégovine. La région venait d'être frappée par des inondations et on déconseillait d'y voyager », se souvient-il. « Les campings étaient désertés. Il n'y avait plus de revenus, le personnel ne pouvait plus être payé. C'était si grave que nous avons vidé notre caravane et donné nos vêtements. On s'implique personnellement, et cela ne laisse pas indemne. »

Cependant, les relations personnelles qu'il établit avec « ses » campings ne l'empêchent pas de rester objectif. « En douze ans, j'ai refusé trois campings. L'un était très négligé, un autre avait un accès dangereux, et le troisième possédait des sanitaires extrêmement sales. Il m'arrive aussi de fixer des conditions : l'année suivante, je veux voir telle ou telle amélioration, sinon le camping sera retiré des guides. »



Ben Fikse

Fikse est très satisfait du processus de recrutement, de sélection et de formation d'ACSI. « Quand je suis devenu inspecteur, la procédure était simple. C'était surtout beaucoup de paperasse. Aujourd'hui, beaucoup de choses ont changé et ont été digitalisées. ACSI est une entreprise, et nous en sommes les représentants. Je veux être un ambassadeur digne de ce nom. Les intérêts des propriétaires de camping sont aussi très importants pour moi. Je tiens à fournir des informations professionnelles et à pouvoir les soutenir. »



Fikse inspecte l'un des terrains de Camping de Vossenbergh.

Erik Verhoeven

Zone d'inspection : Provence-Alpes-Côte d'Azur (France)

Actif pour ACSI : 26 ans

Depuis 26 ans, Erik Verhoeven est inspecteur pour ACSI. Il a commencé en Italie, puis a travaillé avec son épouse pendant environ dix-sept ans en Grèce, leur pays de vacances préféré. Après le décès soudain de son épouse Denise il y a trois ans, il poursuit seul. Verhoeven est responsable de deux zones d'inspection en Provence-Alpes-Côte d'Azur. « J'ai proposé de prendre en charge une zone voisine en plus de celle qui m'avait été assignée. Cela signifie que je visite chaque année environ 40 à 45

campings et que je passe cinq à six semaines sur la route. »

Il explique que lui et son épouse étaient déjà passionnés de camping à l'époque de leurs études et emmenaient toujours le guide ACSI. C'est ce qui les a poussés à devenir inspecteurs. Ce travail s'accordait aussi bien avec leurs longues vacances scolaires en tant qu'enseignants. « Même dans ma situation actuelle, j'en suis heureux », raconte Verhoeven. « Voyager seul, il faut l'apprendre. De cette façon, je reste actif, je rencontre encore de nouvelles personnes et j'ai des activités à mener. »

Il se souvient très bien de sa première inspection. « C'était impressionnant de se retrouver devant une barrière pour la première fois. » Mais la barrière resta fermée : c'était l'heure de la sieste. « Après, nous avons été reçus chaleureusement. En réalité, l'accueil est presque toujours bon. Les inspections en Grèce restent gravées dans ma mémoire. Une fois la confiance établie, on devient comme un membre de la famille. Je garde encore contact avec certaines personnes rencontrées là-bas, même si je travaille désormais ailleurs. L'avantage d'inspecter

longtemps la même région est de savoir à quoi s'attendre. Les propriétaires n'ont pas toujours besoin de m'accompagner, sauf s'ils veulent me montrer de nouveaux aménagements ou des projets. »

Personnellement, Verhoeven préfère les campings calmes et à taille humaine, mais cela n'influence pas ses évaluations de grands campings familiaux. « J'évalue les campings à travers les yeux de leur public cible », dit-il. « Seront-ils heureux ici ? C'est ce qui compte. En 26 ans, j'ai refusé seulement quelques campings. Un emplacement à proximité d'une route passante peut être gênant, mais ce n'est pas un motif de rejet. En revanche, si rien ne fonctionne et que les sanitaires ne sont jamais nettoyés, c'est une raison valable. »

Ce travail est sans aucun doute précieux, mais il n'est pas toujours facile. « Parfois, un propriétaire décède et ce sont les enfants qui doivent reprendre de force. C'est difficile. La première fois que je suis retourné seul sur le camping préféré de ma femme et moi, c'était très dur. Et parfois, je me retrouve à jouer les intermédiaires dans un conflit entre un

propriétaire et ses clients. Mais quand on voit ce que l'on peut apporter aux autres – et ce qu'ils vous apportent en retour –, cela donne beaucoup de sens. » Le nom ACSI joue aussi un rôle. « On remarque qu'ACSI est un nom connu, tant des propriétaires que des campeurs. Cela n'a jamais changé. »

Grâce à son expérience, Verhoeven aide également les

nouveaux inspecteurs. « Le portail numérique a été introduit bien après mes débuts. Il a été développé petit à petit, ce qui m'a permis d'évoluer avec lui. Pour les nouveaux, ce n'est pas toujours simple. Avec d'autres collègues, je leur donne donc des formations sur l'utilisation du portail. C'est agréable de pouvoir soutenir mes collègues de cette manière. »



Erik Verhoeven



Verhoeven examine la piscine du Camping les Romarins.

Eric Onclin

Zone d’inspection : Autriche
Actif pour ACSI : 21 ans

Depuis 21 ans, Eric Onclin et son épouse Wilma inspectent pour ACSI. Cette année, ils visitent pour la cinquième fois quinze campings en Autriche. Ils apprécient de pouvoir fournir aux campeurs des informations fiables et actuelles. Leur première inspection était stressante, mais aujourd’hui ils sont aguerris.

Ils n’élaborent plus de planning quotidien, raconte Onclin. « Nous partons tranquillement vers notre destination et appelons les campings une fois sur place. En général, nous en visitons deux par jour. » Chaque visite est différente. « Dans les grandes chaînes, nous nous annonçons à la réception et faisons notre ronde seuls. Ensuite,



Wilma et Eric Onclin

nous discutons des résultats avec le responsable. Mais certains propriétaires aiment nous accompagner, surtout lorsqu’ils ont fait des rénovations. Ils nous les montrent fièrement, et c’est souvent impressionnant. »

Pour Onclin, la propreté et le bon fonctionnement des installations sont essentiels. « Les campeurs peuvent préférer de grands campings familiaux ou, comme nous, de petits campings tranquilles. Mais ces critères de base sont toujours importants. » En 21 ans, ils n’ont rejeté que deux campings : l’un à cause d’une piscine dangereuse, l’autre parce que le propriétaire avait perdu tout intérêt.

Il apprécie particulièrement de conseiller les propriétaires. « Beaucoup font face à des défis modernes : internet, durabilité, bornes de recharge pour voitures électriques, ou la question de savoir si l’animation pour enfants a encore du sens. Nous essayons toujours de réfléchir avec eux. Ce n’est pas facile, car cela demande de gros investissements. Mais les propriétaires aiment échanger, surtout parce que nous avons de l’expérience et que nous visitons d’autres campings dans la région. »



Eric et Wilma Onclin lors de leur inspection au Camping Grosswalsertal.

Bien sûr, il y a aussi des situations difficiles. « On tombe aussi sur des cas douloureux, comme des campings menacés de fermeture par les municipalités ou sans repreneur. C’est dur, et cela touche personnellement. »

Les formations ACSI sont très utiles, selon Onclin. « Nous recevons chaque année des formations en ligne, ce qui est très pratique. La journée annuelle de retour est également précieuse. On nous informe des

évolutions du marché et des changements internes à ACSI. Comme nous avons beaucoup de responsabilités, c’est rassurant d’être toujours à jour. Ainsi, chaque année, nous partons parfaitement préparés. »

Annerieke van Wijk

Zone d’inspection : Cantabrie et Asturies (Espagne)
Active pour ACSI : 1 an

En 2025, Annerieke van Wijk a fait ses débuts comme inspectrice ACSI. Avec son mari Jan, elle a visité 27 campings en Cantabrie

et dans les Asturies, une région juste au nord de leur domicile en Espagne.

La première inspection était impressionnante, raconte Van Wijk. « Notre premier camping était grand et animé. Heureusement, grâce aux formations, nous savions exactement quoi faire. » Ils avaient aussi une mission particulière. « Le camping avait remporté un ACSI Award, que nous avons eu l’honneur de remettre. »

Van Wijk se souvient très bien des journées de formation au siège d’ACSI. « Après avoir été sélectionnés, nous avons suivi un programme de formation. C’était intensif mais très bien structuré ! Avec un inspecteur expérimenté, nous avons découvert le portail numérique et reçu beaucoup d’informations sur les campings. Nous avons été vraiment bien guidés. Ensuite, nous avons récupéré notre matériel à Andelst et sommes partis. Cette préparation nous a donné une base solide. »

Contrairement à de nombreux inspecteurs expérimentés qui voyagent spontanément ou appellent peu avant leur visite, Van Wijk et son mari ont choisi une autre approche pour leur première mission. « Comme c’était notre première fois, nous avons planifié nos quatre semaines à l’avance. Nous avons



Annerieke et Jan van Wijk

contacté tous les campings et pris rendez-vous. Ce n’était jamais un problème, nous avons toujours été accueillis. La plupart du temps, à bras ouverts. C’était passionnant d’avoir un aperçu de tant de campings différents, de leurs visions, de leurs méthodes et de leurs idées commerciales. »

Jusqu’à présent, ils n’ont pas eu à refuser de camping. Leur philosophie est qu’une inspection sert à aider le propriétaire. Ensemble, ils cherchent ce qui peut être amélioré pour que les campeurs soient encore plus satisfaits. « La critique n’est pas négative », dit Van Wijk. « On travaille simplement ensemble à trouver des solutions. Oui, nous avons relevé des points à améliorer, mais cela ne veut pas dire que ce n’était pas suffisant. »



Lors de l’inspection du Camping la Viorna, la qualité de la piscine est contrôlée.

Matériel promotionnel gratuit pour récolter des votes

Les votes pour les ACSI Awards 2026 sont ouverts



En 2026, les ACSI Awards seront décernés pour la cinquième fois. Ces prestigieuses récompenses sont désormais incontournables dans le secteur du camping. Elles représentent le moyen idéal pour un camping de se mettre sous les projecteurs. De plus, remporter un ACSI Award garantit une visibilité accrue et un meilleur référencement sur les sites web d'ACSI, ainsi qu'une promotion (en ligne) sur tous les canaux ACSI.

Les campeurs de toute l'Europe peuvent voter pour leurs campings préférés entre le 15 septembre 2025 et le 15 janvier 2026. Le vote est possible dans neuf catégories différentes, telles que « Meilleures aires camping-cars », « Meilleur camping pour enfants » et « La plus belle piscine de camping ». En outre, des ACSI Awards sont remis pour le Meilleur camping et Le meilleur petit camping sympathique.

Une visibilité médiatique accrue et plus d'avis
Remporter un ACSI Award présente de nombreux avantages. C'est avant tout un grand honneur,

car ce sont les campeurs eux-mêmes qui décident du gagnant. Les campings lauréats bénéficient également d'une promotion supplémentaire de la part d'ACSI. Ils sont ainsi mieux visibles et plus facilement trouvables sur les sites web et dans les applications ACSI. Les gagnants sont également mis en avant dans le magazine ACSI FreeLife et dans Le Monde ACSI. Sur les canaux en ligne d'ACSI, tels que les newsletters, les blogs et les réseaux sociaux, les campings lauréats profitent eux aussi d'une promotion renforcée.

Lorsqu'une personne vote pour son camping préféré, elle a

immédiatement la possibilité de laisser un avis. Plus un camping reçoit de votes, plus il obtient d'avis. Et des avis positifs peuvent convaincre les campeurs de choisir ce camping.

Trophée en cristal
Les gagnants reçoivent un magnifique trophée en cristal et un certificat encadré. Ces deux distinctions peuvent être exposées à la réception ou dans le camping. Ainsi, les clients voient immédiatement que le camping est lauréat d'un prestigieux ACSI Award. Une marque de reconnaissance et une véritable consécration pour le travail accompli.

Votez vous-même avec le matériel promotionnel gratuit

ACSI promeut les ACSI Awards durant toute la période de vote à travers tous ses canaux. Les campings peuvent augmenter leurs chances de gagner en allant activement chercher des votes. Pour cela, ACSI met à disposition du matériel promotionnel gratuit à télécharger. On y trouve notamment des bannières pour le site web et les réseaux sociaux, une affiche pour la réception et des textes prêts à l'emploi.

Scannez le code QR et commencez dès aujourd'hui à récolter des votes !



Voici les catégories des ACSI Awards 2026

En 2026, les ACSI Awards seront remis dans les catégories ci-dessous. Pour les deux premières, c'est le nombre total de votes obtenus par le camping, toutes catégories confondues, qui compte. Pour les neuf autres, seul le nombre de votes dans la catégorie concernée est pris en compte.

- 

Meilleur camping
Camping ayant obtenu le plus grand nombre total de votes dans un pays.
- 

Le meilleur petit camping sympathique
Petit camping (max. 50 emplacements touristiques) permettant de profiter pleinement de la nature et du calme.
- 

Meilleur camping pour enfants
Les enfants passent des vacances inoubliables grâce aux installations de jeux et à une animation fantastique.
- 

Camping le mieux adapté aux chiens
Ici, les fidèles compagnons à quatre pattes sont les bienvenus. Pour le chien aussi, ce sont les vacances.
- 

La plus belle piscine de camping
Les campeurs passent volontiers la journée entière dans ce superbe paradis aquatique.
- 

Camping le mieux situé
Ce camping est situé dans un cadre magnifique, à proximité d'une forêt, d'un lac, d'une ville ou de montagnes. L'emplacement est parfait !
- 

Meilleur camping pour la randonnée
Les campeurs chaussent ici leurs chaussures de marche pour profiter des plus belles randonnées.
- 

Meilleur camping pour le vélo
Depuis ce camping, la région se découvre parfaitement à vélo.
- 

Le meilleur restaurant de camping
Les hôtes dégustent ici d'excellents plats au restaurant du camping. La cuisine est délicieuse et le service remarquable.
- 

Meilleures aires camping-cars
Ce camping offre tout ce dont les camping-caristes ont besoin. Les meilleurs emplacements et toutes les installations sont à portée de main.
- 

Camping avec les meilleurs sanitaires
Les sanitaires de ce camping se distinguent vraiment : ils sont propres et modernes.

Retour sur les lauréats des ACSI Awards 2025

Lors du congrès de la branche du camping autrichien à Graz, le directeur d'ACSI, Ramon van Reine, a annoncé les lauréats autrichiens des ACSI Awards 2025. Les exploitants de campings qui avaient manqué de peu un prix ont également été mis à l'honneur. Ils ont reçu une mention spéciale. En mai 2025, les autres lauréats ont été révélés. Ils ont reçu leur trophée en cristal et leur certificat des mains de l'inspecteur ACSI.



1. Le PDG d'ACSI, Ramon van Reine, avec les lauréats autrichiens des ACSI Awards. | 2. Trophée en cristal et certificat. | 3. Lauréat du Meilleur restaurant de camping au Danemark, Mommark Marina Camping. | 4. Lauréat du Meilleur petit camping sympathique en Grèce, Ioannina Camping. | 5. Lauréat du Camping avec le plus bel emplacement en Grèce, Camping Zaritsi. | 6. Lauréat du Meilleur camping cycliste aux Pays-Bas, Camping De Haer. | 7. Lauréat de La plus belle piscine de camping aux Pays-Bas, Recreatiepark Samoza. | 8. Van Reine avec les lauréats autrichiens d'une Mention honorable. | 9. Lauréat du Meilleur camping pour le vélo en Autriche, 50plus Campingpark Fischen. | 10. Lauréat du Meilleur camping en Espagne, Tamarit Beach Resort. | 11. Lauréat des Meilleures aires camping-cars en Belgique, Kompas Camping Nieuwpoort. | 12. Lauréat du Meilleur restaurant de camping en Croatie, Camping Strasko.

Promotion régionale unique via ACSI

Cette année, premier TestTour pour le marché allemand

Le magazine ACSI FreeLife est le magazine de camping pour les Pays-Bas et la Flandre. Riche en inspiration, en conseils pratiques et en tests complets de caravanes, camping-cars et tentes. Et ... l'ACSI FreeLife TestTour. Deux fois par an, des duos de campeurs enthousiastes partent avec un camping-car flambant neuf ou une combinaison voiture-caravane. Pour les régions européennes et les campings, c'est également l'occasion de se présenter à un public de millions de passionnés de camping.

Authentique, personnel et sans script
Pendant le TestTour, les équipes de test – composées de vrais campeurs – partent dans une région préalablement sélectionnée. Les voyages durent une ou deux semaines et les équipes découvrent la région comme le ferait tout campeur. Elles pratiquent des activités correspondant à leurs centres d'intérêt. Par exemple, la randonnée et le vélo dans les environs, profiter de la nature ou visiter des dégustations de vin, musées et parcs d'attractions.

Elles sont accompagnées d'une équipe de tournage d'ACSI. Tout est capturé de manière naturelle en vidéo, en photos et sous forme de récits écrits. Les équipes ne suivent aucun script, ce qui donne lieu à des histoires authentiques et personnelles qui touchent et inspirent les campeurs.

Plus de 2,5 millions de campeurs atteints
Le contenu produit pendant le TestTour est publié de manière crossmédia par ACSI. Des articles paraissent dans plusieurs éditions du magazine ACSI FreeLife, en ligne sur acsifreelife.nl et via les réseaux sociaux tels que YouTube, Facebook et Instagram. Cette approche permet d'atteindre plus de 2,5 millions de campeurs. Cela fait du TestTour une vitrine recherchée par les régions touristiques pour mettre en avant leurs points forts.

Promotion idéale pour les régions et les campings
Le concept se prête parfaitement à la promotion d'une région. Car non seulement les véhicules et équipements de camping reçoivent beaucoup d'attention, mais la région elle-même est largement mise en valeur. Pour

le TestTour, ACSI collabore donc avec des régions touristiques afin de développer des programmes sur mesure (voir encadré vert).

Le TestTour est bien plus qu'une campagne promotionnelle : c'est une véritable expérience en mots et en images. Les récits des équipes de test sont racontés avec sincérité et de façon reconnaissable, ce qui les rend mémorables. Pour les régions, c'est une opportunité de mettre en avant leur identité, leur hospitalité ainsi que leurs atouts naturels ou culturels.

De plus, le public cible est très précis : les campeurs néerlandais et flamands à la recherche d'une nouvelle destination. Pour les campings de la région, c'est aussi une chance unique de se démarquer, car les participants séjournent naturellement dans les campings locaux durant le TestTour.



Les quatre équipes de test qui ont voyagé en 2024 dans les régions danoises de Vadehavskysten et Sønderjylland.

Nouveau : un TestTour allemand
À l'été 2025, la toute première édition allemande du TestTour a été lancée. En collaboration avec l'éditeur Motor Presse et ses magazines Promobil, Caravaning et Auto Motor und Sport, ACSI a

organisé le CampLife TestTour. Celui-ci a traversé le Danemark et s'adresse spécifiquement aux campeurs allemands. La formule est identique à celle du TestTour néerlandais, mais adaptée à un autre public – encore plus vaste.

Au printemps 2025, l'ACSI FreeLife TestTour s'est rendu dans la région danoise du Seeland occidental. Les quatre équipes de test y ont exploré un paysage varié de côtes, de forêts et de lacs paisibles. Regardez les vidéos de ce TestTour via le code QR.



Lors du TestTour dans la région danoise du Seeland occidental, les équipes de test ont séjourné au Skælskør Nor Camping.

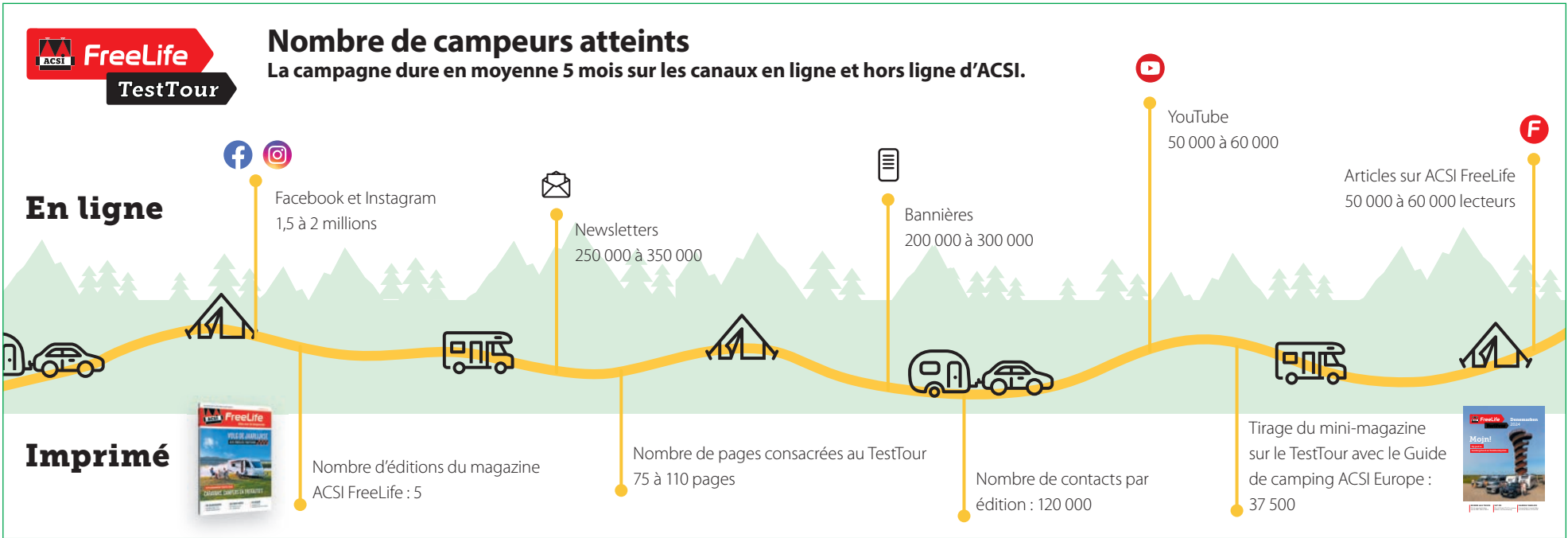
Participer ?

Intéressé par une collaboration avec ACSI ? Pour les régions touristiques souhaitant se positionner comme destination de camping attrayante, le TestTour est un concept éprouvé avec une large portée. Dans le cadre d'une collaboration, ACSI et la région établissent ensemble un programme sur mesure comprenant des activités adaptées, des campings et des itinéraires. Cela donne naissance à un plan de voyage réfléchi qui met en valeur, de manière naturelle, la diversité et l'attrait de la région.

Contactez-nous pour discuter des possibilités :



Margriet Harteman
Responsable de clientèle ACSI FreeLife
+31 (0)488 79 28 48
mharteman@acsi.eu



Un nouveau chapitre pour les 70 ans d'Union Lido Mare

D'un camping modeste à un complexe cinq étoiles

Union Lido Mare, le premier camping cinq étoiles d'Italie, fête ses 70 ans. Grâce à ses installations luxueuses et à son emplacement privilégié en bord de mer, juste au-dessus de Venise, ce camping familial figure depuis des décennies parmi les destinations les plus populaires d'Europe. Une extension est prévue avec Union Lido Terme, un camping bien-être cinq étoiles près de Padoue, dont l'ouverture est prévue en 2026.

En 1955, la presqu'île de Cavallino-Treporti n'était guère plus qu'une zone de dunes encore inexploitée sur la mer Adriatique. Le grand-père de l'actuel directeur, Alessandro Sgaravatti, y acheta un terrain et ouvrit un camping avec le soutien du constructeur automobile allemand NSU, intégré plus tard au groupe Audi. L'entreprise recherchait un lieu de vacances pour ses ouvriers. « Au début, le camping se composait simplement d'une réception, d'un bar de plage, d'emplacements et de quelques bungalows », raconte Sgaravatti. « Mais déjà à l'époque, les installations disponibles étaient soignées et en avance sur leur temps. »

Luxe, expérience et innovation

Au fil des années, la région est devenue de plus en plus prisée par les vacanciers et Union Lido Mare

s'est orienté vers la professionnalisation et la croissance. En 70 ans, ce modeste camping – toujours aux mains de la famille pionnière – est devenu l'un des plus grands d'Europe, synonyme de luxe, d'expérience et d'innovation.

En 2025, Union Lido compte environ 2 500 emplacements touristiques et plus de 300 hébergements locatifs, dont les SunLodges d'ACSI, répartis sur un terrain de 60 hectares. En haute saison, le camping accueille 12 000 vacanciers. Ils profitent d'une plage privée de plus d'un kilomètre, de deux parcs aquatiques, d'un centre de bien-être, de terrains de sport, d'un parc de loisirs, d'un théâtre, d'une église, de bars, de commerces et de huit restaurants. En plus de cette offre complète pour tous les âges, il existe un « Dog Camp », un



L'Aquapark Marino a été entièrement rénové et a ouvert ses portes en début de saison sous le nom de Speedy Island.

espace séparé réservé aux campeurs voyageant avec leur chien.

Speedy Island

« Notre objectif est d'améliorer nos installations chaque année afin de maintenir une qualité élevée », explique Sgaravatti, à la tête du site depuis 2017. « Notre principal public cible est constitué des familles avec enfants, auxquelles nous souhaitons offrir des vacances confortables dans un environnement attrayant et sûr. »

À l'occasion de l'anniversaire, l'Aquapark Marino a été entièrement rénové et rebaptisé « Speedy Island ». « Directement en bord de mer, on trouve désormais un parc aquatique avec plusieurs bassins, cascades, bains à remous et de nombreux nouveaux toboggans. Par ailleurs, le camping dispose de 13 blocs sanitaires, dont un est entièrement rénové chaque année afin de conserver des installations en parfait état. »

Équilibre entre emplacements et hébergements

Aucune modification majeure n'est prévue pour Union Lido Mare, précise Sgaravatti, également fondateur et président de l'association Leading Campings of Europe.

« Nous sommes complets tels que nous sommes, mais nous continuons à nous efforcer de maintenir nos équipements à un niveau élevé. L'équilibre entre les emplacements et les hébergements locatifs reste le même. Il n'y a plus de place pour agrandir, mais même si c'était le cas, nous ne choisirions pas d'ajouter davantage d'hébergements locatifs. »

Le summum du luxe : Union Lido Terme

L'an dernier, le camping a été rebaptisé Union Lido Mare, afin d'éviter toute confusion avec Union Lido Terme, un camping en construction à Montegrotto Terme, à environ 100 kilomètres à l'intérieur des terres, près de Padoue. En 2026, sur un terrain de 7 hectares et sous la direction de Sgaravatti, s'ouvrira là le summum du camping de luxe. « Il y aura des hébergements luxueux, des zones adaptées aux chiens, un petit lac, des installations de spa, des thérapies bien-être et des spécialités gastronomiques. Il n'y aura pas de blocs sanitaires communs : les 88 emplacements disposeront chacun de sanitaires privés, et la moitié d'entre eux d'une piscine privée. Union Lido Terme sera ouvert toute l'année. Les environs sont

également idéaux pour le vélo et la randonnée. »

Le petit frère d'Union Lido Mare ne s'éloigne-t-il pas beaucoup du camping traditionnel ? « Les vacances simples resteront la base du camping, mais le besoin de confort augmente. Nos clients n'aiment pas les hôtels aux espaces fermés et aux robinets dorés, mais recherchent le calme et la liberté dans la nature, avec une touche de luxe. Nos valeurs fondamentales – convivialité familiale, confort, innovation et durabilité – se reflètent depuis toujours dans chaque extension. »

Fête anniversaire

L'anniversaire est célébré tout au long de l'année par de nombreuses activités festives au camping. La cérémonie officielle de lancement en juin a notamment réuni le PDG d'ACSI, Ramon van Reine. « Nous collaborons avec ACSI depuis de très, très nombreuses années. C'est une organisation importante pour nous en raison de l'ampleur du marché qu'elle couvre et de la grande qualité de ses hébergements. Nous espérons que cette collaboration fructueuse se poursuivra encore longtemps », conclut Sgaravatti.



Le camping a débuté en 1955 sur une zone de dunes encore inexploitée au bord de l'Adriatique.

Logement du personnel à Union Lido Mare

Le secteur des loisirs dans toute l'Europe est confronté à des pénuries de personnel. Les campings doivent eux aussi redoubler d'efforts chaque année pour recruter de nouveaux employés pour la saison.

C'est également le cas d'Union Lido Mare, confirme le PDG Alessandro Sgaravatti. En haute saison, environ 700 employés travaillent sur le site. Le camping est situé dans une région qui accueille chaque année des

millions de touristes. « Il est difficile de trouver des travailleurs dans cet environnement. Les employés venant de plus loin ne peuvent pas louer de logement à proximité du camping car les prix sont trop élevés. Ils devraient dépenser une trop grande partie de leur salaire dans un logement. »

Logement pour 120 personnes Sgaravatti a trouvé une solution sous forme d'unités d'hébergement spéciales pour les employés. « Nous avons créé une zone spécifique pour le

personnel dans le camping, avec des mobil-homes pour deux personnes, chacun disposant de son espace privé. Ils peuvent également utiliser des équipements dédiés comme une buanderie spéciale et bénéficier de repas à prix réduit dans les restaurants du camping. Pendant la saison, 120 personnes peuvent vivre dans cette zone du personnel. Nous constatons qu'un logement confortable, associé à un bon salaire et un planning correct, rend le travail à Union Lido Mare plus attractif. »



Alessandro Sgaravatti a installé sur son camping des unités d'hébergement spéciales pour les employés.

La recherche numérique d'un

L'importance d'une bonne visibilité en ligne pour les campings

Chaque année, des millions de campeurs européens partent à la recherche de l'endroit idéal pour leurs vacances en camping. Parfois pour de longues vacances estivales, parfois pour un week-end au printemps. Certains choisissent une préparation minutieuse et une comparaison détaillée, tandis que d'autres réservent dès la première option aperçue.

Une partie des campeurs cherche encore son emplacement hors ligne : à l'aide de guides de camping, de prospectus ou de publicités. Le bouche-à-oreille reste également un canal important. D'autres reviennent régulièrement au même camping ou disposent même d'un emplacement fixe. Hors ligne n'est donc en rien dépassé et reste une voie essentielle vers un séjour en camping.

Comment les campeurs recherchent-ils en ligne ?
Un grand nombre de campeurs consulte des sites comme Eurocampings.eu ou utilise Google, l'IA ou les réseaux

sociaux pour s'inspirer et réserver un camping. Les chiffres de fréquentation d'Eurocampings.eu, le site de recherche, de comparaison et de réservation d'ACSI, montrent que cette tendance est en hausse. Le nombre d'abonnés aux canaux sociaux d'ACSI augmente également, et les données de Google confirment que les recherches en ligne se font massivement.

Il existe différentes façons de trouver un site web. Google reste souvent la principale source – y compris pour Eurocampings.eu. Les données de mai à juillet 2025 montrent que 70 % des visiteurs

y accèdent via les moteurs de recherche comme Google. Une part plus réduite (17 %) arrive directement, 6 % via un autre site et 3 % grâce à la publicité en ligne payante. L'email marketing (2,5 %), les posts sponsorisés sur les réseaux sociaux (0,8 %) et la portée organique des réseaux sociaux (0,5 %) jouent également un rôle dans le trafic du site.

Améliorer la visibilité numérique
Bien sûr, certains campeurs recherchent directement le nom d'un camping ou saisissent l'adresse dans leur navigateur. Mais la majorité tapera une

requête comme « Camping France ». Google décide alors des résultats à afficher. Tous les campings souhaitent y figurer – mais quels sont les facteurs qui influencent ces résultats ?

Google ne révèle pas sa formule exacte, mais son objectif est d'offrir à chaque utilisateur la meilleure expérience possible. En d'autres termes : Google veut que l'internaute trouve sur le site recommandé ce qu'il recherche. Le contenu du site et son auteur sont donc essentiels. S'agit-il d'une autorité dans le domaine ? Le contenu est-il unique ? Les utilisateurs précédents en ont-ils

été satisfaits ? Pour le mesurer, Google dispose de nombreux KPI.

Le site web idéal
Un bon site web est aujourd'hui indispensable. Pour informer et inspirer les visiteurs, pour être visible sur Google et pour générer des réservations. Car dès qu'il s'agit de réserver, cela se fait généralement via le site du camping. Mais qu'est-ce qui fait un bon site ? Assurez-vous qu'il soit à jour et que les informations soient correctes. Veillez à ce que son apparence corresponde aux autres supports du camping, par exemple sur les réseaux sociaux. Fournissez des photos claires et

Cinq conseils des spécialistes d'ACSI



Laura ten Barge, experte en réseaux sociaux
« Choisissez une ou deux plateformes sociales et veillez à ce que le camping y soit bien visible. C'est plus important que d'essayer d'être présent partout uniquement pour suivre les tendances. Instagram est une valeur sûre : la plateforme reste grande et populaire.

Soyez régulièrement actif et assurez une cohérence dans vos publications. Les vidéos fonctionnent bien et n'ont pas besoin d'être très professionnelles. L'aspect humain est valorisé – n'hésitez donc pas à apparaître vous-même. L'interaction est également cruciale : réagissez aux messages, partagez ceux des clients ou ajoutez un sticker de question. »



Julia Koenen, spécialiste du contenu
« Le site web du camping est sa carte de visite numérique. C'est l'endroit où montrer aux campeurs à quoi ressemble le site, à quel point le séjour est agréable et combien la région est attrayante. Beaucoup de campeurs visiteront le site avant de réserver – même s'ils passent ensuite par un tiers.

Présentez-vous donc sous votre meilleur jour. La base est un site à jour, avec des informations claires sur le camping et la région, et un système de réservation convivial. Utilisez des photos de haute qualité et gagnez des points supplémentaires avec du contenu vidéo et un site multilingue. »



Ivo van den Dijssel, expert en marketing en ligne
« La concurrence en ligne est énorme. Il est très difficile de se classer en tête sur des termes populaires comme "Camping France". Concentrez-vous plutôt sur des recherches plus spécifiques comme une région ou une ville. La concurrence y est moindre et l'intention de recherche plus précise. Les avis et les liens sont aussi importants. Nouez des partenariats en ligne avec des organisations locales – cela renforce visibilité, autorité et expertise.

Être visible sur des plateformes connues comme Eurocampings.eu aide également. Les internautes comme les systèmes d'IA y recherchent des campings. Il vaut aussi la peine de bien configurer Google My Business. »

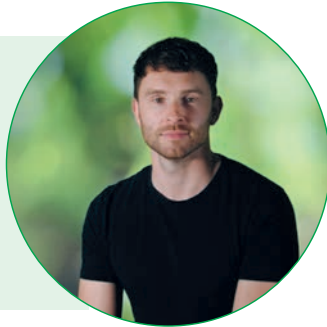
Marloes Besselink, experte en marketing hors ligne
« Le marketing hors ligne reste extrêmement important. Dans un monde numérique saturé, il peut justement aider les campings à accroître leur visibilité. Cela paraît souvent simple, mais une annonce dans un guide, un flyer ou un panneau au bord de la route attire l'attention dans un environnement physique. De plus, c'est moins éphémère et le souvenir est plus concret.

En combinant le hors ligne et le numérique, le camping touche un public plus large. Il existe aussi un grand groupe de campeurs plus âgés, peu présents en ligne. Les deux approches peuvent se renforcer mutuellement. Un flyer ou une annonce peut mener à une recherche en ligne – et inversement. »



Roy Tebes, spécialiste IA
« Demander à ChatGPT quels sont les plus beaux campings du lac de Garde. Ou obtenir dans Google une réponse générée par l'IA à la question des plus beaux campings en France. Aujourd'hui, tout cela est possible, et les campeurs en profitent volontiers. Mais comment s'assurer qu'un camping soit mentionné dans une réponse générée par IA ?

Fiabilité et authenticité sont les maîtres-mots. Faites en sorte que votre camping soit souvent cité, y compris en dehors de votre propre site. Plus votre présence en ligne est large, plus vous serez visible pour les outils d'IA. »



emplacement de camping

de qualité (voir encadré sur leur importance), ou mieux encore : des vidéos.

C'est un atout supplémentaire si le site est disponible dans la langue du visiteur. Pensez donc à rendre le site multilingue. L'essor de l'IA a multiplié les possibilités



de créer rapidement des traductions et de les publier en ligne. Concentrez-vous sur les langues de vos principaux publics cibles ou choisissez des langues universelles comme l'anglais, l'allemand et le français.

Réservations via des tiers
Idéalement, un site web apparaît en haut des résultats Google. Malheureusement, peu y parviennent. Pour un camping individuel, il est difficile d'être bien classé avec un terme de recherche combiné à une région. Les plateformes comme Eurocampings.eu – avec la plateforme de réservation ACSI camping.info Booking – y réussissent en revanche souvent. Les campings qui y sont affiliés bénéficient ainsi de leur forte visibilité et de leur large portée.

Pour se démarquer sur ces plateformes, il est essentiel de disposer de bonnes images. Celles-ci attirent immédiatement l'attention des visiteurs et constituent un déclencheur important pour cliquer (voir encadré). D'autres critères comme le prix, l'emplacement et les équipements peuvent également inciter les campeurs à aller plus loin.

Les réseaux sociaux pour l'inspiration
Alors que les sites et plateformes de réservation sont souvent utilisés pour comparer et réserver des campings ou des hébergements, l'inspiration vient fréquemment d'ailleurs. Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont l'endroit où les vacanciers trouvent des idées pour leur prochain séjour. Les principaux canaux sont Facebook

(avis), YouTube (impressions et ambiance) et Instagram (inspiration visuelle).

L'institut d'études de marché Newcom a révélé que les Néerlandais passent en moyenne deux heures par jour sur les réseaux sociaux – la tranche des moins de 40 ans encore plus – et qu'ils consultent quotidiennement deux canaux. Depuis 2023, le nombre moyen de plateformes utilisées reste stable à 4,4. Les campings devraient donc choisir un ou deux canaux et assurer un flux régulier de contenus (vidéo). De cette manière, ils ont le plus de chances d'apparaître dans le fil d'actualité des campeurs.

Et l'IA ?
L'IA joue elle aussi un rôle de plus en plus important dans

l'inspiration des vacances. Des outils comme ChatGPT peuvent aujourd'hui organiser des vacances complètes avec des suggestions de campings. Mais d'où ces outils tirent-ils leurs informations ? En grande partie des grandes plateformes de camping. Les outils d'IA recherchent des autorités dans le domaine et accordent de la valeur à « l'opinion » de sites fiables. Les expériences des utilisateurs comptent également.

Enfin, une note rassurante pour ceux qui trouvent l'essor de l'IA impressionnant ou trop rapide : Google reste le roi du numérique. Malgré la révolution technologique en cours, le nombre de recherches effectuées via Google reste de loin supérieur à celui de tous les outils d'IA réunis.

L'importance d'une bonne présentation sur ACSI

Tous les campings repris éditorialement par ACSI sont publiés gratuitement en ligne, avec photo, courte description et liste des équipements. Pour les campings, il y a plusieurs raisons de bien se présenter sur la plateforme ACSI.

ACSI génère de la visibilité
L'une des principales raisons : ACSI génère de la visibilité. Les sites et applications d'ACSI sont consultés chaque année par des dizaines de millions de campeurs. Alors qu'il est très difficile pour un camping d'obtenir un bon classement sur Google, ACSI y parvient beaucoup mieux. Les campings présents sur ses plateformes en profitent.

De plus, ACSI travaille en permanence à renforcer la visibilité numérique des campings. L'équipe marketing réalise par

exemple des tests A/B continus pour améliorer les conversions : couleur des boutons d'appel à l'action, modification des textes ou changement de l'image principale sur la page de détail.

Une personnalisation conviviale est également mise en œuvre afin de proposer aux campeurs une offre adaptée. Les images et recommandations sont ajustées aux centres d'intérêt des visiteurs : randonnée, vélo, familles avec jeunes enfants ou couples sans enfants.

Améliorer sa présentation avec les packs média ACSI
Les campings peuvent acheter des options de promotion supplémentaires auprès d'ACSI pour se présenter encore mieux. Avec un pack de démarrage ACSI, cinq photos ou plus peuvent être mises en ligne,

le camping apparaît plus haut dans les résultats de recherche des sites et applis ACSI, et les campeurs peuvent le contacter directement.

Un pack média ACSI offre une présentation encore plus riche et davantage d'avantages en matière de classement. Cela constitue une bonne base pour une réservation – soit via un lien vers le site du camping, soit par une réservation directe plus rapide sur Eurocampings.eu ou camping.info.

L'importance des images
L'importance de bonnes images est démontrée par les heatmaps ci-contre. Elles montrent comment les visiteurs naviguent sur une page de détail typique d'Eurocampings.eu. Une page sans images ne reçoit pratiquement aucun clic, tandis qu'une page avec photos attire beaucoup plus de

clics. Même pour les campings bénéficiant d'une mention gratuite, investir dans une bonne photo vaut la peine.



Comportement de clic sur une page de détail de camping avec et sans photo (mobile).

Contactez notre service commercial pour plus d'informations sur les différentes options et sur le téléchargement ou la mise à jour d'images pour votre camping.

I: www.acsi.eu/collaboration
E: sales@acsi.eu

Mentions légales

Éditeur

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

Direction : Ramon van Reine | **Rédaction en chef :** Frank Jacobs | **Coordination/Révision finale :** Bram Kuhnen

Rédaction : Laura ten Barge, Julia Koenen, Marieke Krämer, Berrit de Lange, Rianne van Ommeren, Bianca van Steenberg

Vente de publicités : Service commercial ACSI | **Édition des images :** Maurice van Meteren, Erik Spikmans | **Design graphique :** Esther Baks, Marloes Buijs, Peter Dellepoort,

Rein Driessens, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Daniël Uleman | **Mise en page :** Rein Driessens

Suivi d'impression : Ronnie Witjes | **Impression :** Rodi Rotatiedruk

Boostez la réussite de votre camping grâce au 1^{er} réseau de campings indépendants de France !



+ de revenus

avec notre expertise en
Revenue Management

+ de visibilité

avec notre puissance
de communication

+ de temps libre

avec nos outils digitaux qui
simplifient la gestion au quotidien

+ d'accompagnement

avec nos experts métiers
à votre service

+ d'opportunités d'échanges

avec notre réseau dynamique

+ de soutien pour vos recrutements

avec la Flower Academy



Avec Flower Campings, restez indépendant tout en profitant de la puissance
d'un réseau convivial, proche et humain où chaque camping compte

pro.flowercamping.com

ou au **06 81 13 64 25**