

Décisions

LE MENSUEL DES DECIDEURS DE L'HEBERGEMENT DE PLEIN AIR

L'Événement

1^{ères} Universités de la FNHPA



La filière du camping à l'île Maurice

Plus de 600 personnes se sont retrouvées début décembre à l'île Maurice pour les Universités de la FNHPA. Ce rendez-vous, organisé hors métropole tous les trois ans, était pour la première fois délesté de l'Assemblée générale de la Fédération nationale. Moins formel que les éditions précédentes, cet événement reste un formidable vecteur de cohésion entre gérants de campings et fournisseurs. Cette année, une place particulière a été donnée à l'industrie digitale appliquée à l'hôtellerie de plein air.

ACTUALITÉS

LES RENDEZ-VOUS DES FÉDÉRATIONS

Après le congrès national de la FNHPA, tour de France des Fédérations de l'hôtellerie de plein air.

INONDATIONS VAROISES

Les inondations dans le Var ont fortement impacté les campings dont le montant des sinistres s'élèverait à plus de 30 millions d'euros. Un coup dur pour la profession et les compagnies d'assurances.

ÉQUIPEMENT

CRÉDIT-BAIL

Pour le financement de son parc locatif, il existe le crédit-bail. Une solution qui dispose de nombreuses facilités : pas d'obligation d'ouvrir un compte, pas de caution, peu de garanties, une assurance facultative. Il séduit aussi par sa rapidité de souscription.

REPORTAGE



LE PARI DE LA THÉMATISATION

Au Village Les Rives de Grand Lieu près de Nantes, Marie et Guillaume Peigner accueillent des séminaires, des mariages, des groupes d'étudiants... Une cible pour laquelle ils ont adapté leur camping avec des quartiers thématiques qui remportent un grand succès.

Alpha'Loc

LOUER PLUTÔT QU'ACHETER DES MOBIL-HOMES

Alpha'Loc propose aux campings de s'équiper d'un parc de mobil-homes haut de gamme par le biais de la location.

Faire l'acquisition de nouveaux hébergements peut représenter un investissement conséquent, parfois compliqué quand on connaît peu sa clientèle, lorsque l'on a déjà des crédits à rembourser ou plus simplement un banquier frileux. Certains vont alors se tourner vers le marché de l'occasion, au risque d'insuffler une image un peu vieillissante à leur camping. D'autres se lancent à l'aveugle alors qu'ils auraient aimé faire un test. À tous ceux-là, Alpha'Loc apporte une réponse nouvelle. « On essaie de trouver des solutions de développement qui n'existaient pas jusqu'alors », explique Samuel Douillet, qui a racheté Alpha'Vacances avec son épouse, Patricia, en 2011. La société historique qui, en accord avec les campings, fournit aux particuliers des mobil-homes clés en main, propose

pour la cinquième saison Alpha'Loc, une offre inédite de location de mobil-homes équipés de grandes terrasses haut de gamme. Le contrat, qui porte sur un minimum de trois mobil-homes et qui s'étend sur une durée de trois ans, donne lieu à un loyer annuel perçu début août. Et Alpha'Loc s'occupe de tout : transport, raccordement, révision annuelle – une activité que la société maîtrise à l'image de sa troisième branche : Alpha'Pro. Le camping se charge, lui, de la commercialisation de l'hébergement.

À l'issue des trois années, Alpha'Loc récupère son matériel. Sauf avis contraire du camping qui peut demander une prolongation (ce qui arrive dans 50 % des cas), ou vendre le mobil-home à un particulier (25 % des cas).

« Le propriétaire du camping ne capitalise pas sur le mobil-home, mais il ne se fiche pas non plus auprès d'une banque. Autrement dit, le loyer tombe en charge, pas en amortissement. C'est juste un exercice comptable à faire », assure Samuel Douillet. ■

Communication

YELLOH! VILLAGE DÉVOILE SON SOURIRE

Présentés en avant-première aux membres du réseau en octobre dernier, les nouveaux éléments de communication de Yelloh! Village sont désormais mis en place, à commencer par le site internet. Après sept années d'incarnation de la marque par Stéphane Bern, l'identité du réseau se concentre désormais sur le terrain. Ainsi, clients (et tout particu-

lièrement leur bonheur) et équipes sont au centre de l'image, avec un slogan sans équivoque : « Yelloh! Village loves your smile ». Spots TV (dès le 30 décembre), série de vidéos pour le digital mettant réellement en scène les campings du réseau, newsletters... les différents supports ont été revus pour porter le nouvel esprit Yelloh! Village. ■



Acquisition

VACANSOLEIL VEND LE GRAND DAGUE AU GROUPE SANDAYA



Le tour-opérateur néerlandais Vacansoleil a annoncé la vente du camping Le Grand Dague au groupe Sandaya. Situé en Dordogne, au sud de Périgueux, Le Grand Dague est l'un des cinq établissements gérés par Vacansoleil à travers sa société Iris Parc. C'est aussi le premier camping auquel Vacansoleil fait ses adieux puisque le TO a l'intention de se séparer de tous ses terrains pour se recentrer intégralement sur son activité de tour-operating.

L'entreprise, qui a fêté cette année ses cinquante ans, avait commencé son activité en 1969 en louant des caravanes avant de diversifier son offre avec la location d'appartements, de villas ou de bungalows. Trop petit pour être un généraliste, Vacansoleil

décide de devenir en 1992 un spécialiste 100 % camping-caravaning. Il contribue notamment à la notoriété de la pratique du camping par le sponsoring footballistique et cycliste ou encore la production d'une émission intitulée Camping Life.

Ce n'est qu'en 2003 que le tour-opérateur se lance dans l'exploitation d'un premier camping en France, Le Chêne Gris, en Île-de-France. Il fera l'acquisition du Grand Dague situé au sud de Périgueux en 2008. Il est également propriétaire du Château de Galaure dans la Drôme et du camping Birkelt au Luxembourg. La dernière acquisition est le Ty Nadan en Bretagne, réalisée en 2017. La vente de ces quatre autres campings est en préparation. ■

Gestion des entreprises

OUTIL DE REVENUE MANAGEMENT CHEZ CTOUTVERT

Ctoutvert, concepteur de la plateforme de distribution et de vente en ligne Secureholiday.net, lance son double module Business Intelligence (BI) & Revenue Management (RM). Lancé en version bêta en 2019 auprès d'établissements pilotes, il va être désormais largement proposé aux clients de Ctoutvert. Le module RM, intégré à la plateforme Secureholiday, permet d'avoir une vision très précise de l'activité jour par jour, avec un comparatif par rapport aux saisons précédentes. Il permet aussi d'analyser de manière détaillée les ventes, les taux de remplissage et la politique tarifaire.

Il présente enfin des tableaux de bord complets illustrant les Booking Windows, la fidélité et les taux de retour, les taux d'occupation, la montée en charge et le Pick Up... Connecté au module de CRM et au système de vente en ligne Secureholiday.net, ce double module BI & RM vient compléter et aboutir une « suite métier » désormais intégrée et stable. Une suite métier qui supprime les coûts annexes de passerelle entre les systèmes, ainsi que les instabilités techniques, les pertes de temps et de qualité lors des importations des données. ■