



Label Camping Qualité : perceptions et attentes des adhérents et des clients finaux

Rapport d'étude
Janvier 2021



Avec 320 adhérents, **Camping Qualité** se présente comme le **plus grand réseau de campings en France et le label qualité le plus complet.**

Les missions de Camping Qualité sont multiples et visent deux publics distincts :

- **les adhérents** : le but étant de les accompagner vers une plus grande professionnalisation et une meilleure optimisation de leur activité
- **les clients finaux** : l'objectifs étant de les rassurer dans leur choix de camping en leur garantissant un contrôle qualité indépendant et sur de nombreux critères

Depuis peu, Camping Qualité propose par ailleurs la réservation directe sur le site internet de l'association.

Après 20 ans d'existence, Camping Qualité a souhaité initier une réflexion de fond autour de son offre et de sa stratégie.

Afin de nourrir cette réflexion, la direction a souhaité "**écouter**" **ses cibles** afin de mieux comprendre leurs perceptions et attentes.



Les pages suivantes présentent les résultats de l'étude menée par CPA dans ce cadre.

Un dispositif visant les deux cibles stratégiques de Camping Qualité :

Auprès des clients finaux :



Une approche **quantitative online**



1017 personnes interrogées, représentatives de la population française de 18 ans et +

→ dont **697** ayant passé des vacances en camping au cours des 5 dernières années



Du 15 au 19 octobre 2020



Objectifs

- Identifier les pratiques et attentes des clients des campings d'une manière générale
- Identifier les modalités de choix
- Appréhender l'opinion vis-à-vis des labels qualité et importance qu'ils y accordent
- Mesurer les réactions face à différents points clés en termes de qualité

Auprès des adhérents :



Une phase **quantitative online**



149 adhérents ont répondu à l'enquête sur l'ensemble des adhérents contactés (323)

→ soit un taux de retour de 46%



Du 14 au 18 novembre 2020



Objectifs

- Faire un état des lieux sur la perception du métier et les difficultés rencontrées
- Appréhender la perception des prestations proposées par Camping Qualité
- Identifier les points forts et points faibles perçus
- Identifier les axes d'amélioration attendus



Une phase **qualitative par entretiens**



17 adhérents ont été recontactés pour un entretien téléphonique de 30-45 minutes en moyenne



Du 23 nov au 15 décembre 2020



Objectifs

- Saisir l'état d'esprit des adhérents
- Comprendre leurs réactions et attentes de manière spontanée
- Comprendre les freins et leviers à l'usage des services proposés
- Déterminer les services les plus pertinents et les améliorations attendues

Les clients finaux

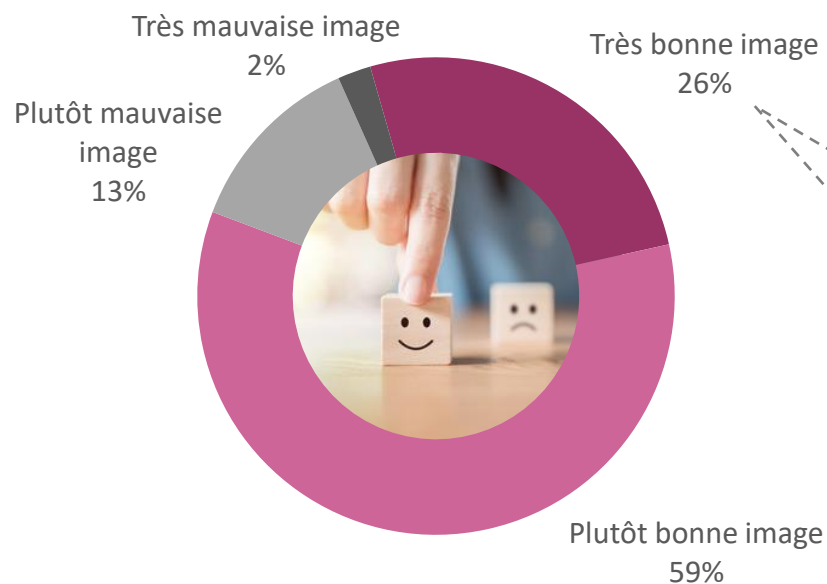


Le camping bénéficie d'une bonne image auprès des français

Les familles avec enfants, les catégories sociales modestes et les moins de 35 ans sont les plus positifs

Lorsque vous pensez au camping, diriez-vous que vous en avez une... ?

Base : Ensemble échantillon (n=1017)



**Total Bonne image
85% des français**

Les plus enthousiastes

- Pratiquent le camping en emplacement, notamment tente ou camping car +++
- A la campagne, à la montagne (44% et 41% "très bonne image"+++)
- Avec enfants +++
- Moins de 35 ans ++
- CSP- ++

La pratique du camping

Une part importante de français a séjourné en camping au cours des 5 dernières années

Les foyers modestes, avec enfants et les plus jeunes restent les plus adeptes

Clients finaux

Au cours des cinq dernières années, avez-vous séjourné en camping ?

Base : Ensemble échantillon (n=1017)

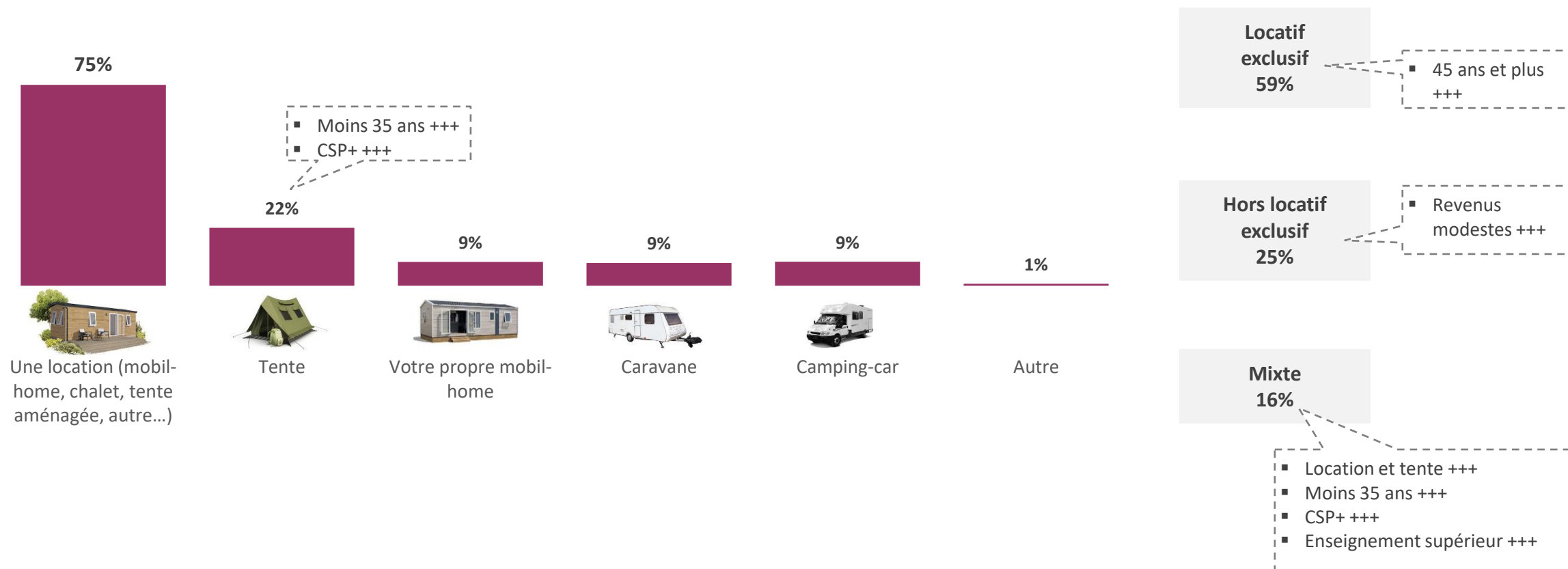


Un recours particulièrement prononcé au locatif

Plus de la moitié des campeurs pratiquent le camping exclusivement sous cette forme

Quand vous séjournez dans un camping, quel type d'hébergement privilégiez-vous ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)

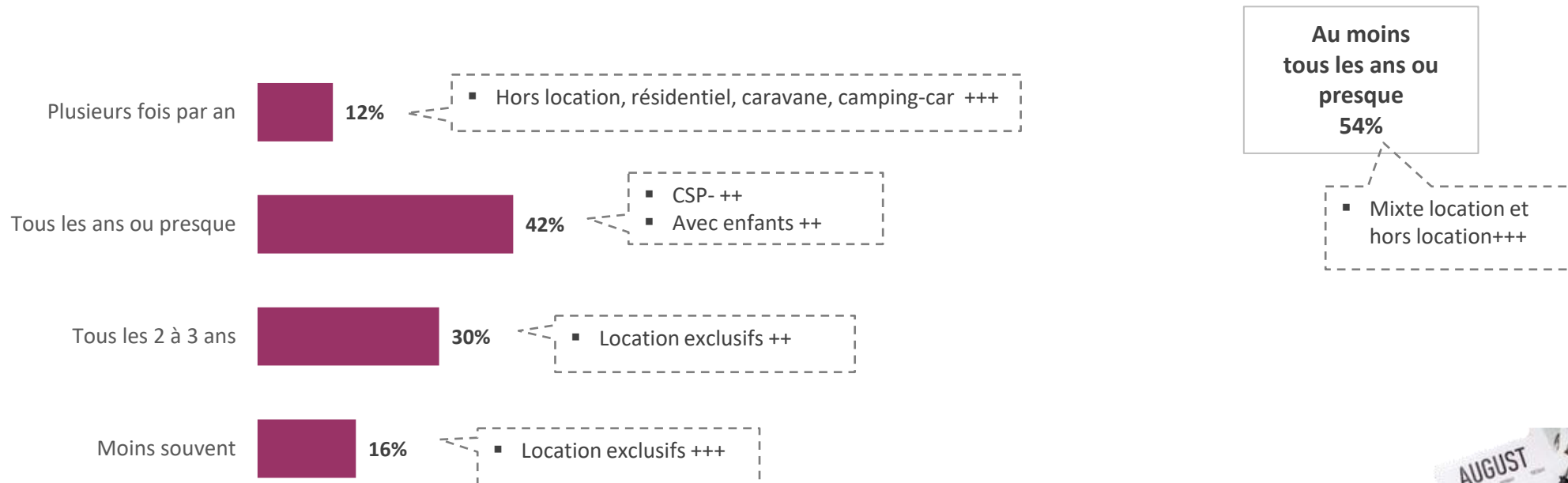


Une fréquence qui varie selon le type d'hébergement

Une pratique plus régulière hors location et plus occasionnelle pour les adeptes du locatif

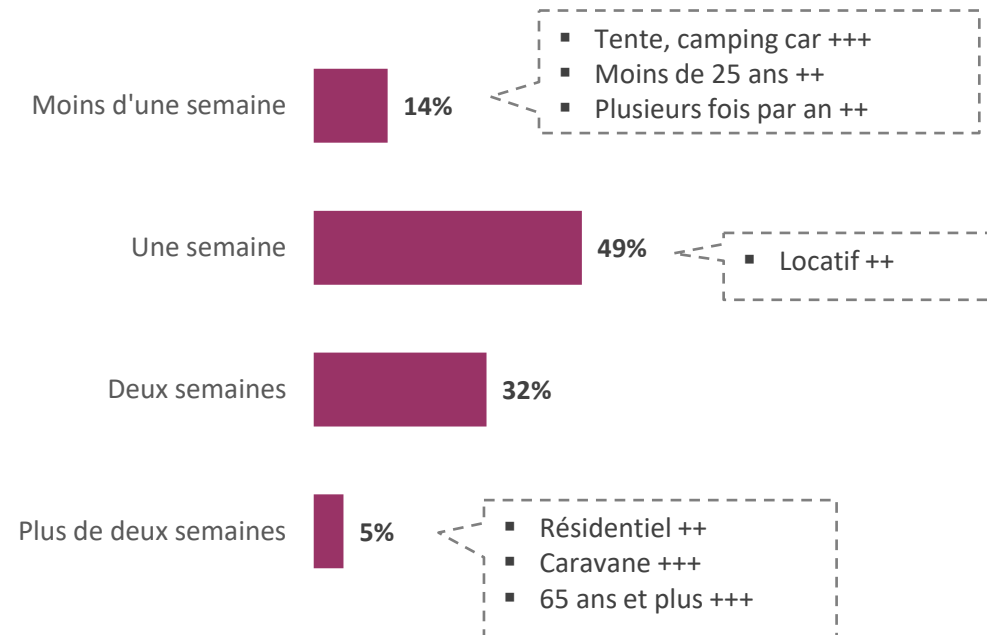
A quelle fréquence passez-vous des vacances (ou des courts séjours) au camping ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



Habituellement, quelle est la durée de vos séjours au camping ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



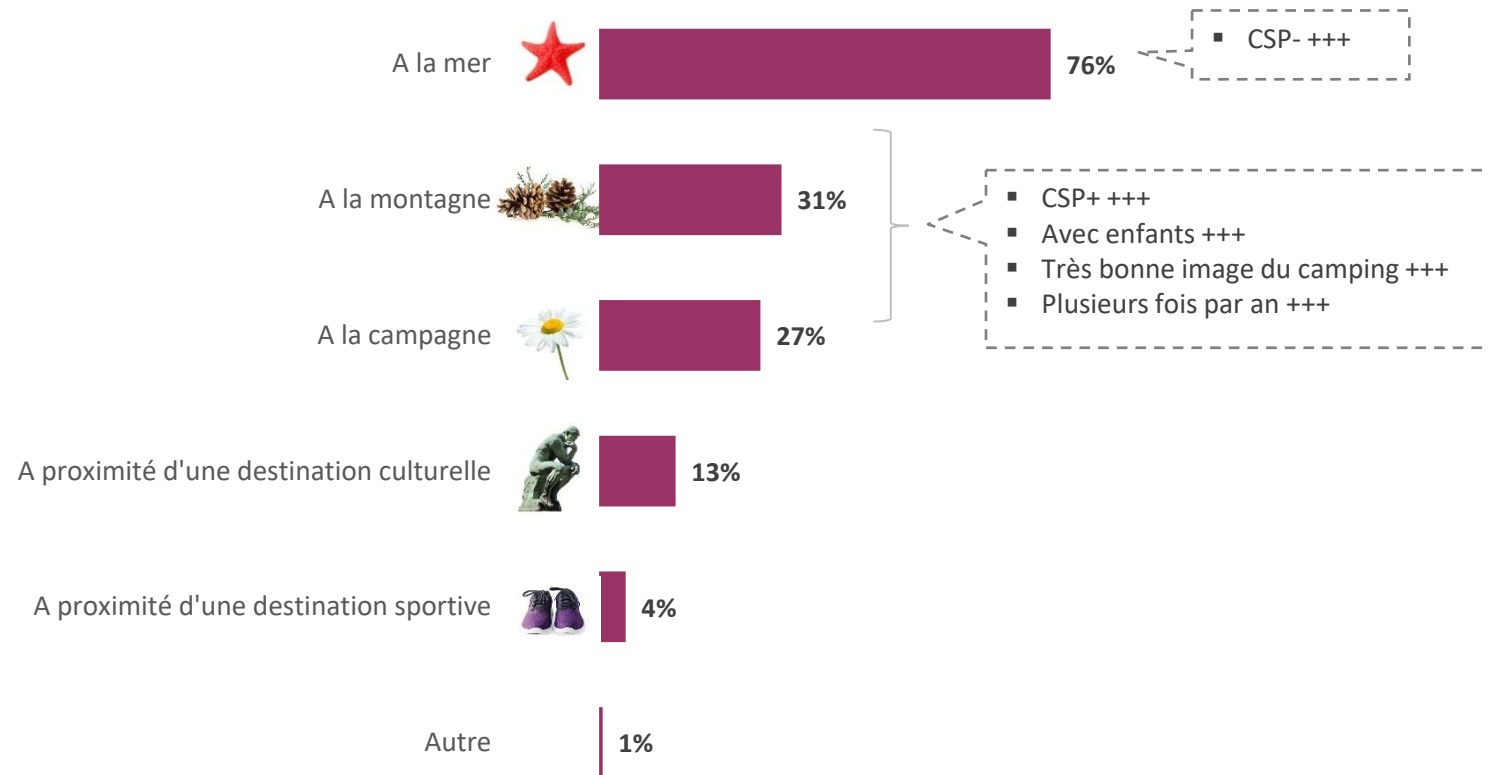
Une préférence marquée pour des séjours en bord de mer

Notamment pour les adeptes des locations. En hors location, les destinations sont plus éclectiques

Clients finaux

Lorsque vous passez vos vacances au camping, vous préférez aller... ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



Locatif exclusif

1,4 destinations
en moyenne
→ A la mer +++

Hors locatif exclusif

1,5 destinations
en moyenne
→ A la campagne ou la
montagne +++

Mixte

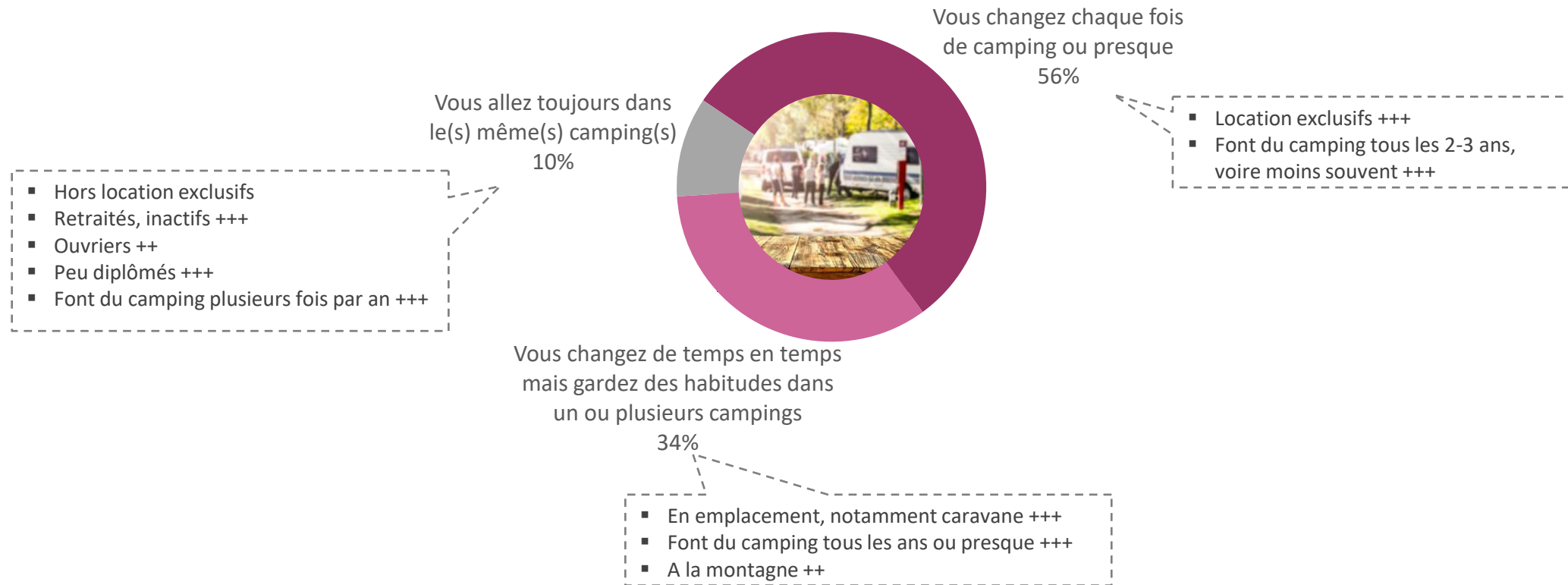
2,1 destinations
en moyenne
→ Mer, campagne, montagne,
proximité destinations
sportive +++

Une fidélité toute relative aux campings fréquentés

Les adeptes de la location étant les plus enclins au changement systématique

Quelles sont vos habitudes de fréquentation des campings ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



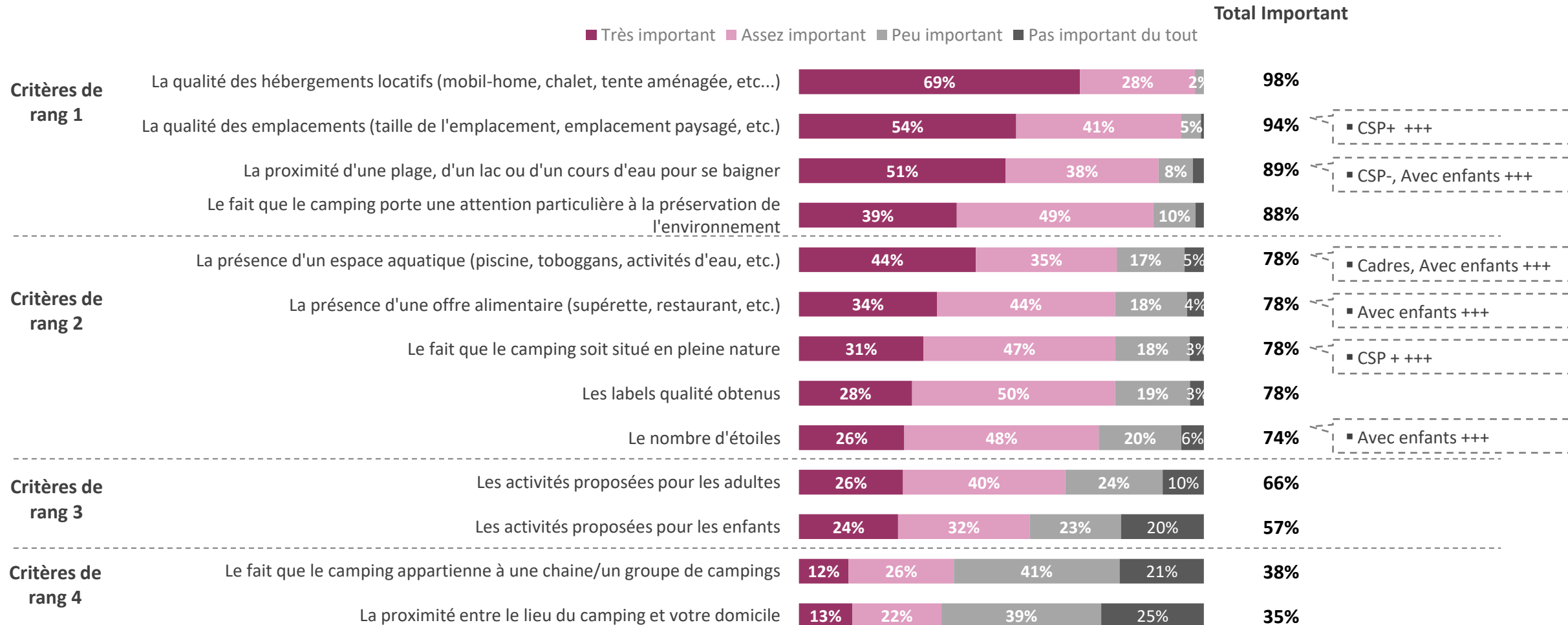
Des critères de choix qui se déclinent en 4 niveaux d'importance

Clients finaux

Si la qualité des hébergements et des emplacements est essentielle, la dimension environnementale pèse également

Pour vous personnellement, quelle est l'importance de chacun des critères suivants dans le choix d'un camping :

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



Des critères qui varient sensiblement selon le type d'hébergement

Pour les adeptes des hébergements locatifs, une importance plus marquée pour les équipements aquatiques ainsi que les certifications (labels et étoiles)

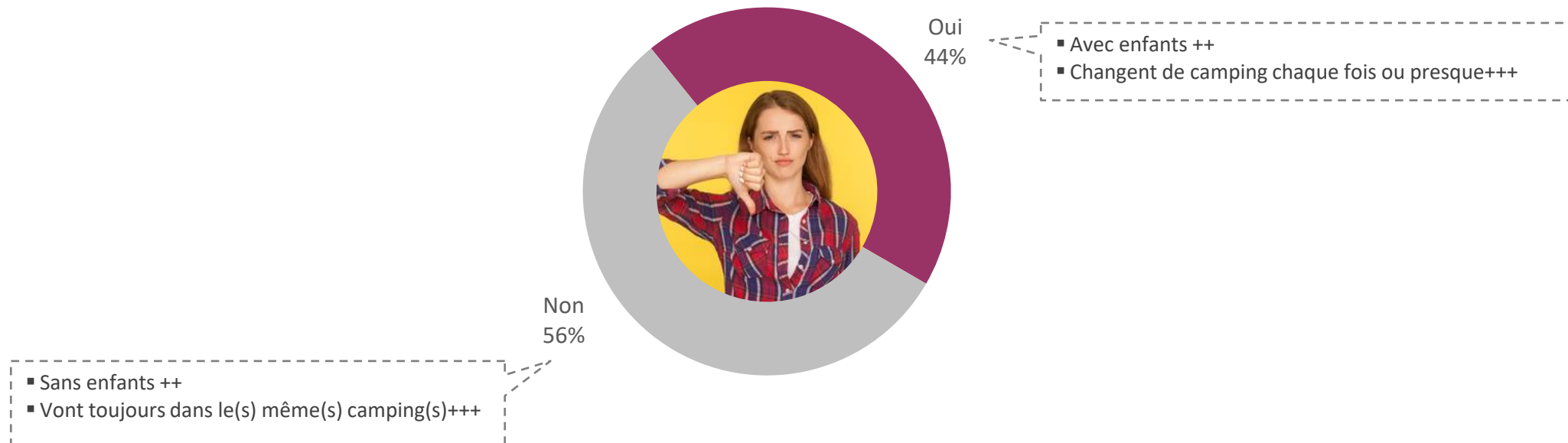
Clients finaux

	Total Important 408	Locatif exclusif 175	Hors locatif exclusif 115
La qualité des hébergements locatifs (mobil-home, chalet, tente aménagée, etc...)	98% ①		97% ②
La qualité des emplacements (taille de l'emplacement, emplacement paysagé, etc.)	96% ②	<u>88%</u> ①	99% ①
La proximité d'une plage, d'un lac ou d'un cours d'eau pour se baigner	90% ③	<u>83%</u> ④	93% ③
Le fait que le camping porte une attention particulière à la préservation de l'environnement	86% ④	88% ②	93% ④
La présence d'un espace aquatique (piscine, toboggans, activités d'eau, etc.)	83%	<u>63%</u>	85%
La présence d'une offre alimentaire (supérette, restaurant, etc.)	80%	<u>70%</u>	84%
Le fait que le camping soit situé en pleine nature	<u>73%</u>	84% ③	86%
Les labels qualité obtenus	82%	<u>68%</u>	80%
Le nombre d'étoiles	80%	<u>63%</u>	70%
Les activités proposées pour les adultes	66%	<u>58%</u>	75%
Les activités proposées pour les enfants	59%	<u>47%</u>	63%
Le fait que le camping appartienne à une chaîne/un groupe de campings	40%	34%	40%
La proximité entre le lieu du camping et votre domicile	34%	39%	33%

Perceptions et attentes

Vous est-il déjà arrivé d'être déçu(e) par un camping que vous aviez choisi par rapport à ce que vous attendiez ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n exprimés=697)



Des raisons de mécontentement diverses, mais la thématique de l'entretien/propreté tient une place importance, suivie par des déceptions par rapport aux prestations attendues

Clients finaux

Pour quelle(s) raison(s) ?

Base : Ont été déçus (n exprimés=311)

% de citations

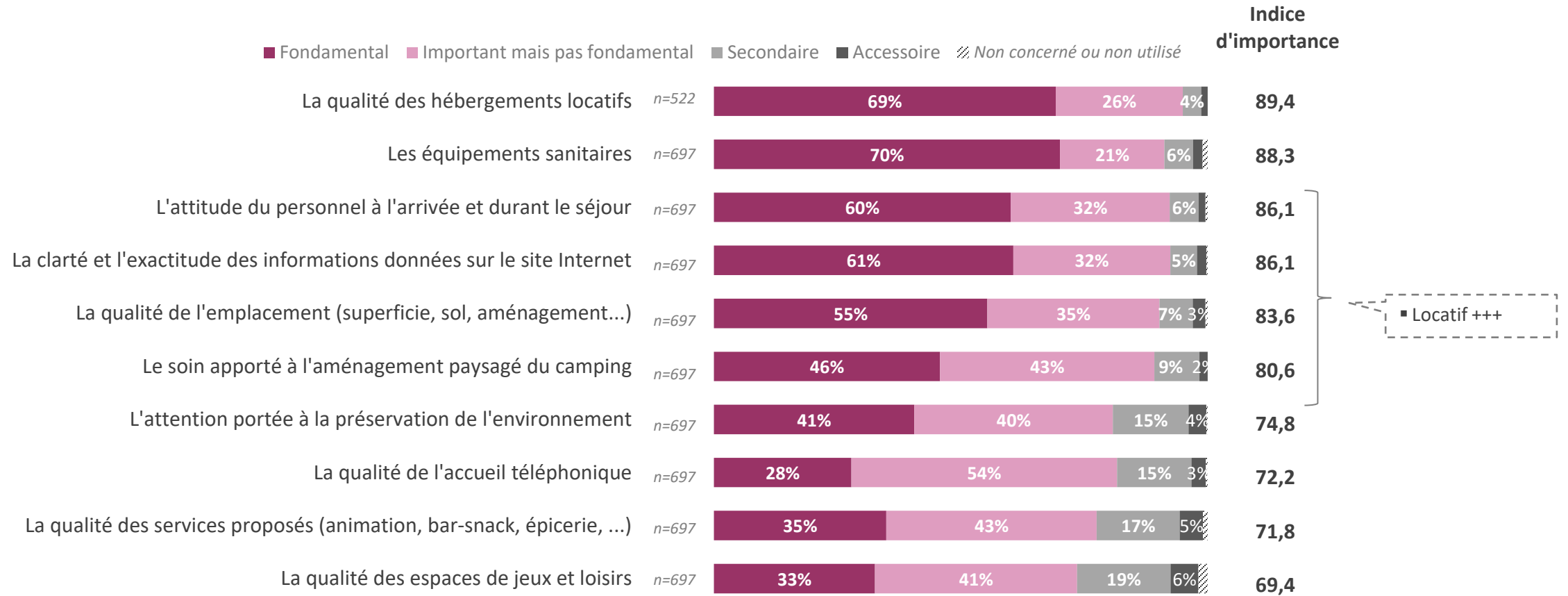
- Entretien, propreté (d'une façon générale et plus particulièrement concernant les sanitaires)	34%
- Déception par rapport à ce qui était annoncé : activités, animations, équipements (en mauvais état, manquants...), déception par rapport aux photos, à la qualité des prestations	28%
- Trop bruyant	9%
- Qualité de l'hébergement	8%
- Accueil, service client, attitude du personnel	8%
- Localisation du camping (trop éloigné, près d'une voie ferrée,...)	5%
- Promiscuité (emplacements trop proches,...)	5%
- Prix, rapport qualité/prix	4%
- Emplacement (situation qualité...)	3%
- Camping trop grand, trop de monde, trop "usine"	3%
- Manque de convivialité, fréquentation, attitude des autres clients	3%
- Pas attentif à environnement	1%
- Sécurité	1%
- Wifi	1%

En dehors de la qualité "technique" de l'offre (hébergements, sanitaires, emplacements), une forte attente en matière d'accueil et de transparence des informations

Clients finaux

Pour juger de la qualité d'un camping, diriez-vous des aspects suivants qu'ils sont pour vous : fondamentaux, importants mais pas fondamentaux, secondaires ou accessoires ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n exprimés)



Calcul de l'indice : (% Fondamental x 100) + (% Important x 75) + (Secondaire x 25) + (Accessoire x 0)

Hormis la propreté, des aspects plus subjectifs tels que la tranquillité ou la convivialité font partie des attentes

Clients finaux

Quel autre aspect vous paraît fondamental pour juger de la qualité d'un camping ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n exprimés=554) – Question ouverte

La propreté d'une manière générale, la propreté des équipements, la propreté des sanitaires...	29% des citations
Le calme, la tranquillité, l'absence de bruit notamment la nuit	11% des citations
L'ambiance générale, la convivialité, le respect des autres	8% des citations
La localisation, la situation géographique du camping	7% des citations
Les activités et animations proposées	7% des citations
Le prix, le rapport qualité/prix	6% des citations
Le fait qu'il y ait suffisamment d'espace entre les emplacements, entre les hébergements	5% des citations
La sécurité	3% des citations
Le nombre d'étoiles	2% des citations
La taille du camping, la dimension humaine	2% des citations

Des thématiques "Développement durable" qui apparaissent bienvenues

D'autant plus pour les interviewés les plus attachés au camping

Clients finaux

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout

A l'avenir, j'aimerais que les campings aient une démarche plus responsable par rapport à l'environnement (gestion de l'eau, électricité, recyclage...)



- Très bonne image camping +++
- Font du camping à la montagne +++
- Mixtes location et hors location +++

A l'avenir, j'aimerais que les campings aient une démarche plus responsable par rapport à leurs choix d'investissement (matériaux choisis, achat local priorisé, durabilité...)



- Très bonne image camping +++
- Mixtes location et hors location +++

A l'avenir, j'aimerais que les campings proposent davantage de produits locaux sur les points de vente (épicerie, bar-snack...)



- Très bonne image camping +++



Connaissance et perception des labels qualité

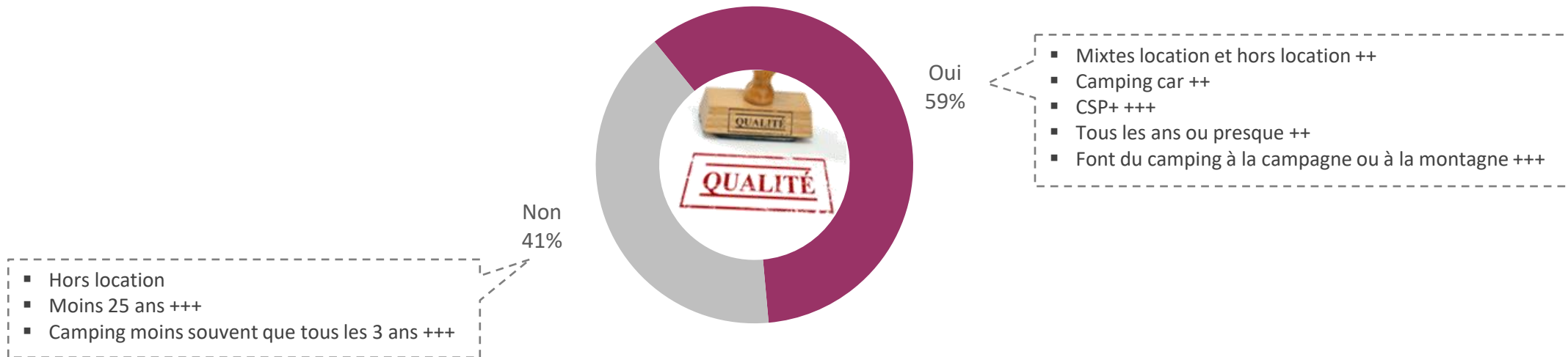
Un peu plus de la moitié des campeurs connaissent l'existence de labels de qualité

Les 'hors locatif', qui accordent moins d'importance aux labels, sont moins nombreux

Clients finaux

Saviez-vous qu'il existe des labels qualité spécifiques pour les campings ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



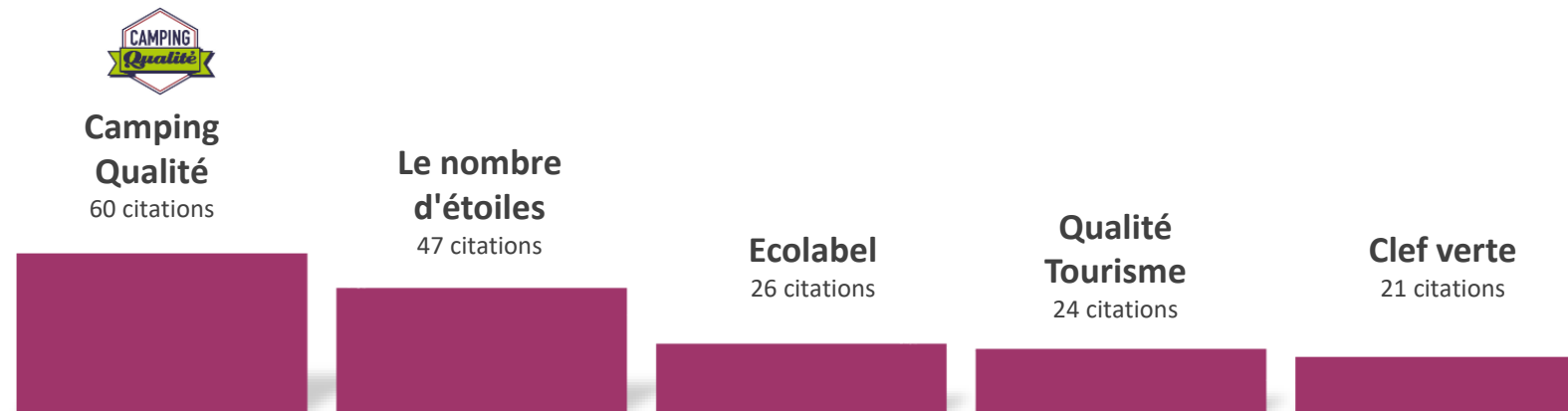
Camping Qualité arrive en tête des citations spontanées

Un écart prononcé par rapport aux autres labels

Clients finaux

Pouvez-vous en citer quelques-uns ? (Question ouverte)

Base : Ont dit connaître des labels qualité (n=225)



Autres citations

Gîtes de France	14
Pavillon bleu	6
Atout France	5
Bienvenue à la ferme	5
Tourisme handicap	5
Yelloh	4
Camping de France	3
Flower camping	2
Accueil vélo	1

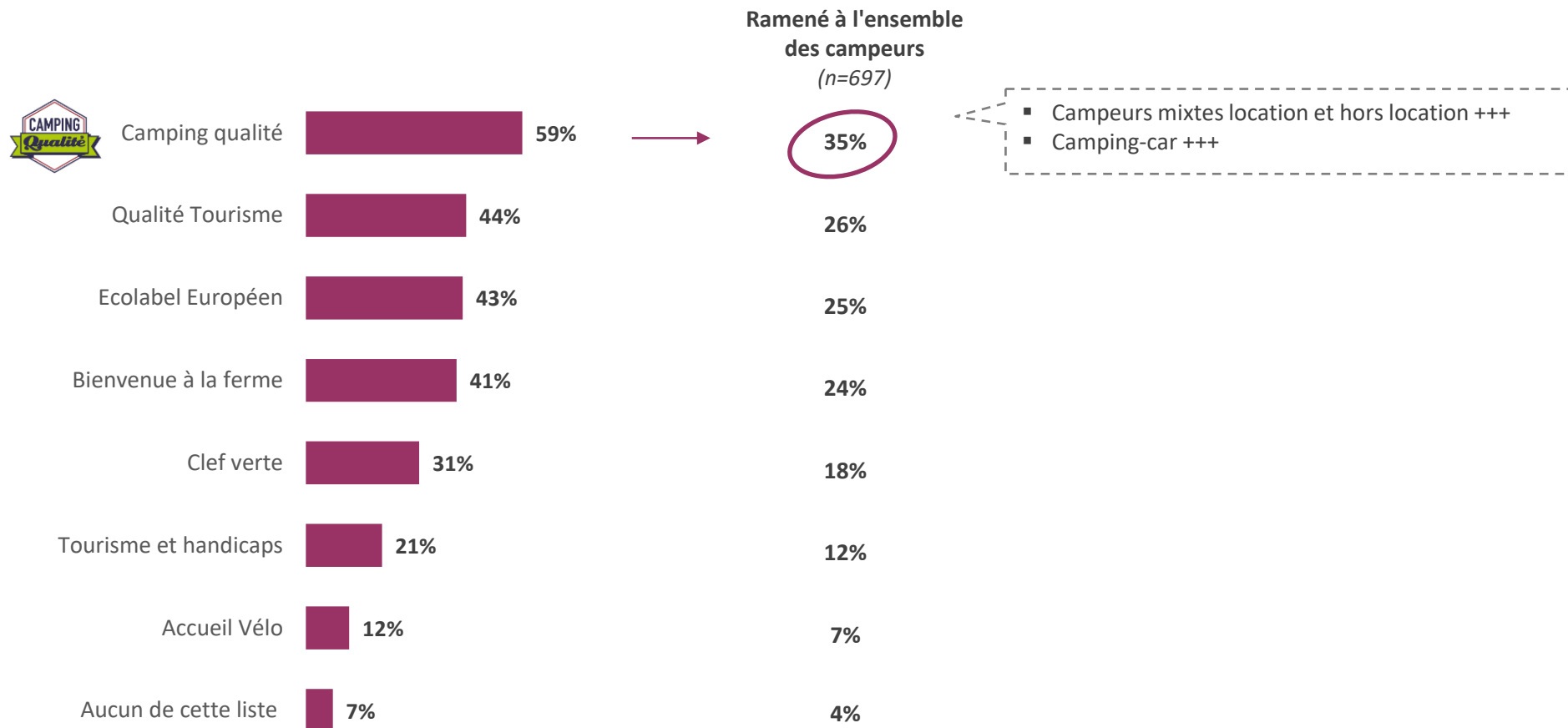
Des scores de notoriété assistée qui conforte la première place de Camping Qualité

Au final, un tiers des campeurs connaissent le label

Clients finaux

Parmi la liste suivante, quels sont ceux que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?

Base : Disent connaître les labels qualité (n=414)



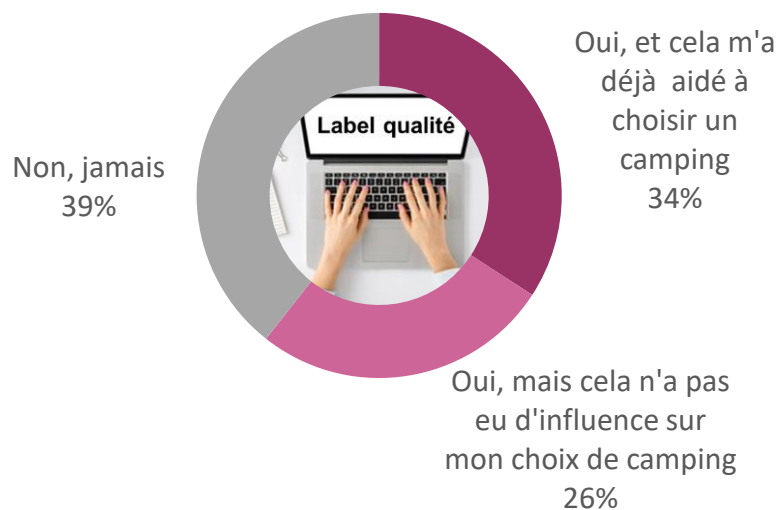
Parmi ceux qui connaissent au moins un label, une majorité a déjà consulté le site

Celui de Camping Qualité étant le site le plus fréquenté

Clients finaux

Vous est-il arrivé de consulter le site d'un label qualité pour connaître les campings qui étaient labellisés ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)

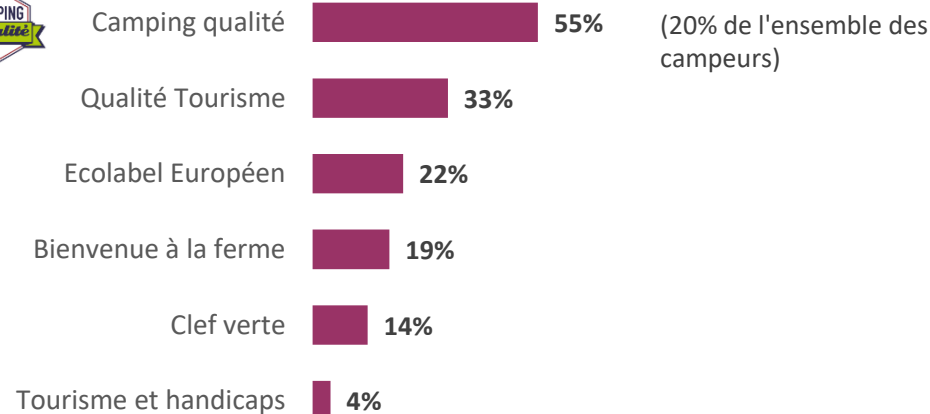


Total Oui
61%

(36% ramené à
l'ensemble des
campeurs)

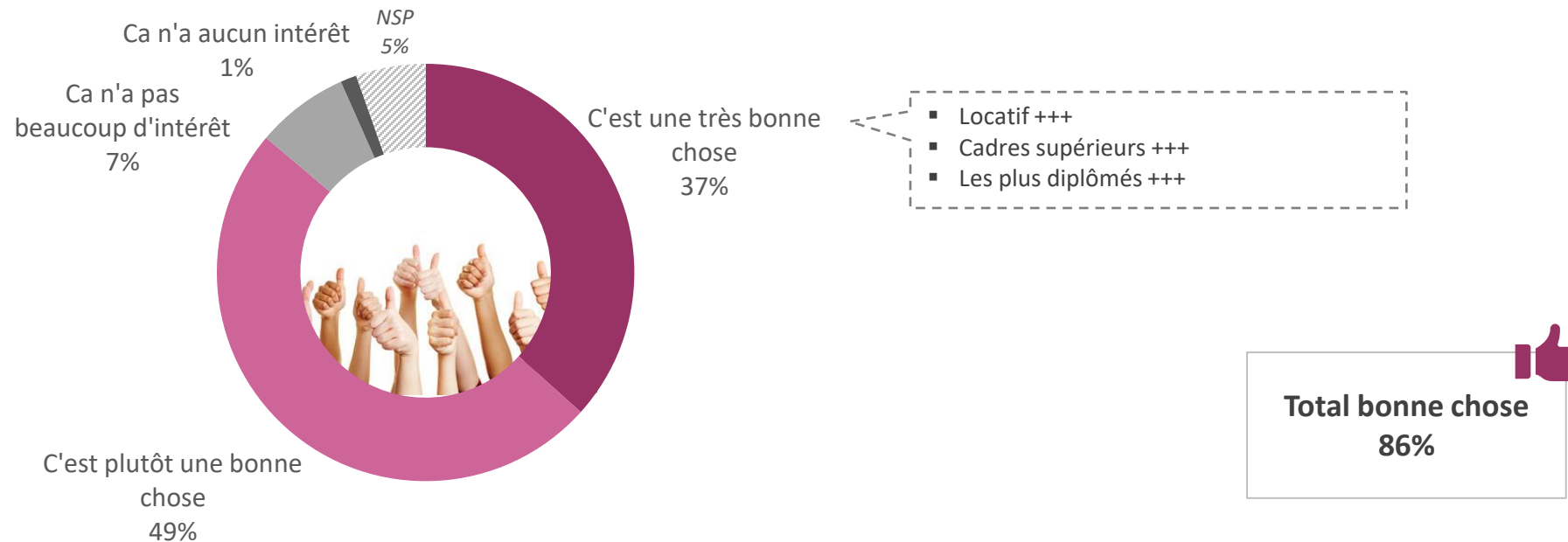
De quel(s) label(s) s'agissait-il ?

Base : Ont déjà consulté un site (n=251)



Que pensez-vous de ce type de labels qualité ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



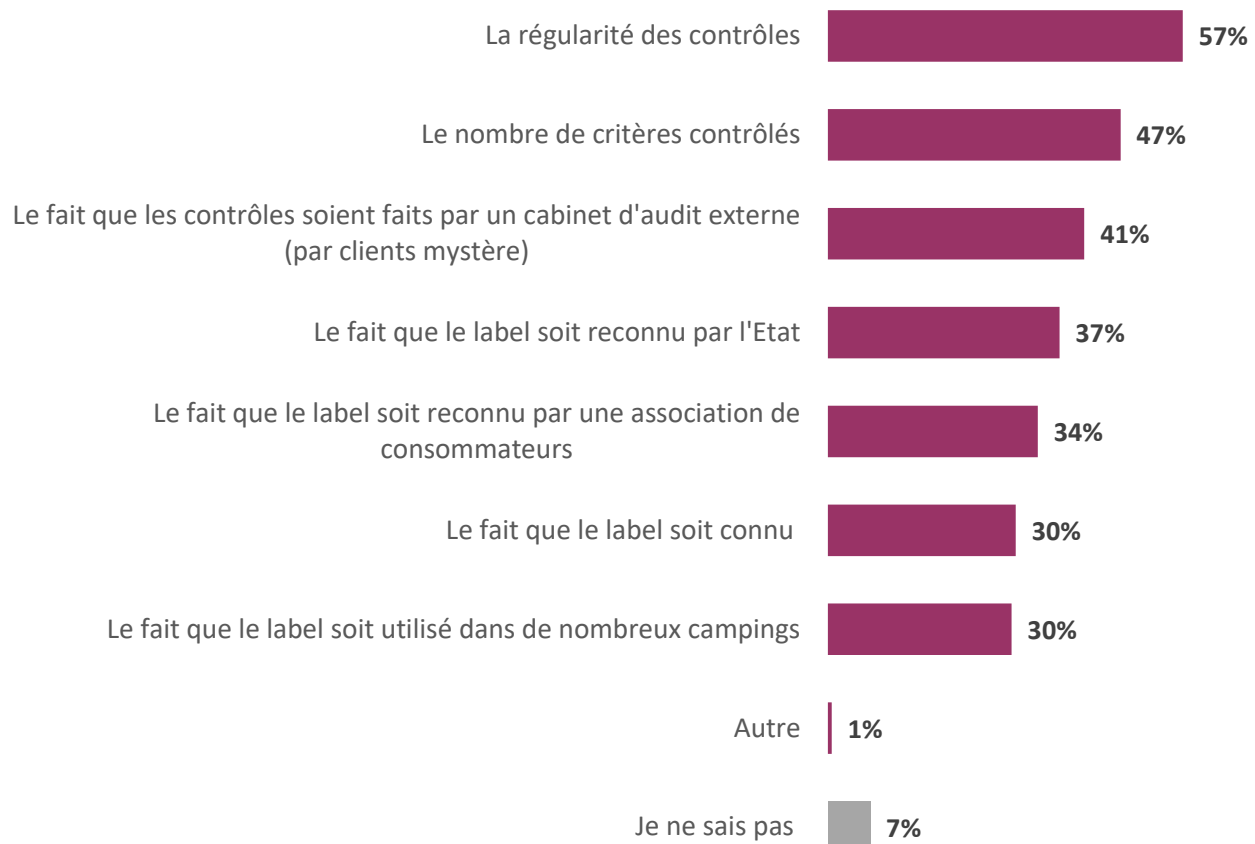
Ce sont des données quantifiables (régularité des audits, nombre de critères contrôlés) qui apparaissent avant tout comme les gages de fiabilité d'un label

Le principe d'un audit mystère est également bienvenu

Clients finaux

Selon vous, qu'est ce qui garantit le sérieux et la fiabilité d'un label qualité ?

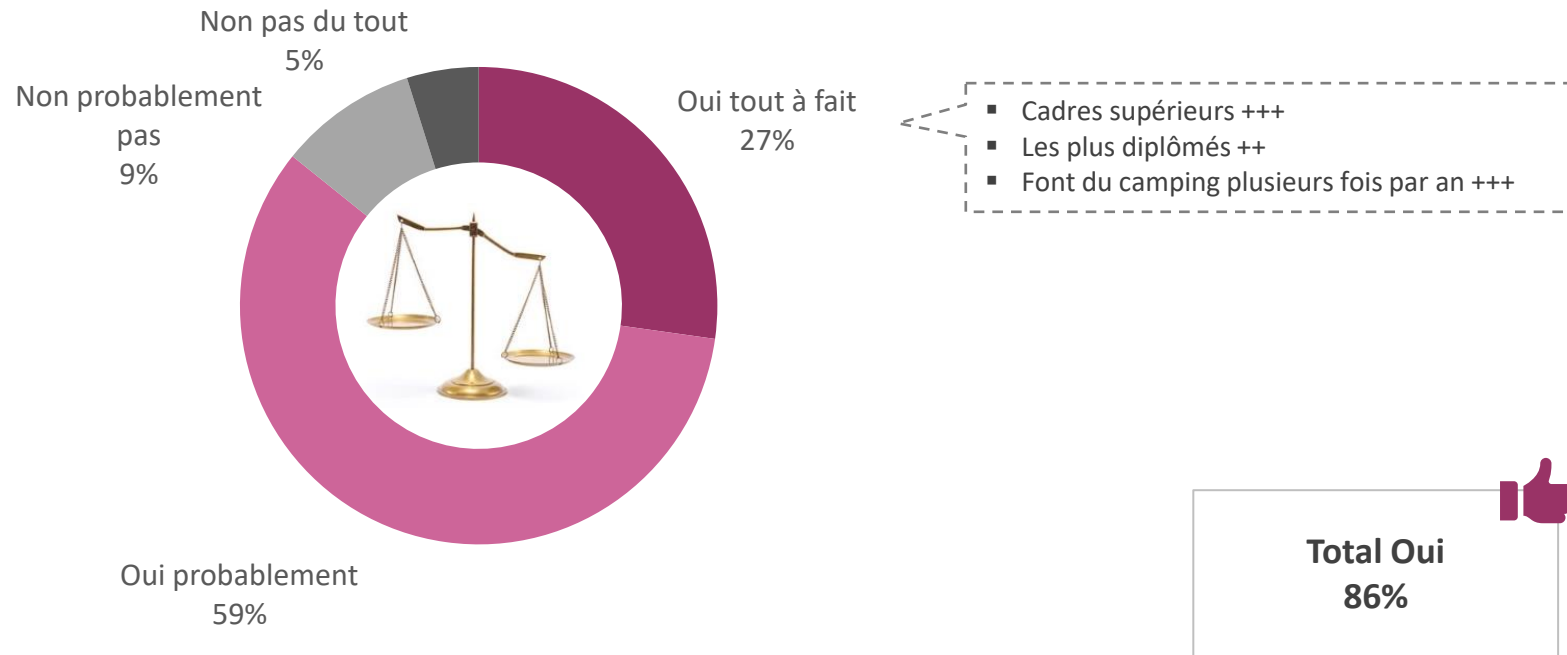
Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



Dans tous les cas, la présence d'un label peut peser sur la décision

S'il vous arrivait d'hésiter entre deux campings, est-ce que le fait que l'un des deux ait un label qualité pourrait influencer votre choix ?

Base : Ont passé des vacances au camping au cours des cinq dernières années (n=697)



Synthèse

Le camping : un mode vacances qui bénéficie d'un véritable engouement

- Une très large majorité des français disent en avoir une bonne image, notamment lorsqu'ils ont des enfants
- Les deux tiers des français ont séjourné en camping au cours des 5 dernières années
 - Les foyers modestes, avec enfants et les plus jeunes restent les plus adeptes

Une pratique multiple

- Dresser un profil type de clients est tout à fait impossible tant les pratiques, attentes et représentations varient
- Trois profils se dégagent en termes de pratique



Les adeptes de la location exclusive d'hébergement (59%)

Ils n'ont pas d'autres relations avec le camping qu'à travers la location



Les adeptes du camping exclusivement hors location (25%)

Ils pratiquent le camping en tente, résidentiel, caravane, camping car...



Les campeurs "mixtes" (16%)

pouvant à la fois louer un hébergement ou utiliser un autre mode de camping, le plus courant étant un mix hébergement et tente



Les adeptes de la location exclusive d'hébergement (59%)

Un profil sensiblement plus âgé que les autres campeurs (une majorité de 45 ans et plus)
Pas d'autres différences significatives

Une clientèle qui entretient une relation de type "hôtelière" avec le camping, avec un attachement moindre à ce mode de vacances par rapport aux autres campeurs

Ils sont moins nombreux à avoir une "très bonne image" du camping par rapport aux autres campeurs
Le camping **n'est pas pour eux une option systématique** et ils le choisissent moins fréquemment (tous les 2-3 ans ou plus pour la majorité d'entre eux)
Ils restent plus souvent sur un format classique d'**une semaine de séjour**
Ils privilégient presque exclusivement les destinations en **bord de mer**
Ils sont très **peu fidèles** et changent de camping à chaque fois ou presque

En termes de choix, ils sont particulièrement sensibles à :

- la qualité perçue des hébergements et des emplacements
- la proximité de la plage ou la présence d'un espace aquatique
- le **nombre d'étoiles et la présence de labels qualité**

Pour juger de la qualité d'un camping, ils sont les plus attentifs
→ à la dimension "**Confort**" : qualité des hébergements et qualité des emplacements (superficie, aménagements...)

→ et à la dimension "**Service**" : c'est-à-dire la qualité de services proposés, des loisirs, des espaces de jeux... mais également l'attitude du personnel

Ils sont particulièrement nombreux à penser que les labels qualité sont une bonne chose (89%) .

36% d'entre eux connaissent Camping Qualité





Les adeptes du camping exclusivement hors location (25%)



Un profil plus modeste en termes de revenus

Une clientèle sans doute motivée par le caractère plus économique, mais également authentique du camping

Plus de la moitié d'entre eux pratiquent le camping au moins tous les ans, voire plusieurs fois par an.
Ils sont les moins nombreux à rester sur place une semaine, **soit le séjour est plus court** (notamment en tente),
soit au-delà de deux semaines (notamment en caravane).

Ils choisissent volontiers une destination **à la campagne ou à la montagne**, la mer étant une option nettement moins systématique pour eux.
Ce sont eux qui sont les plus fidèles aux campings qu'ils fréquentent (17% d'entre eux vont généralement dans le même camping).

En termes de choix, en dehors de la qualité des emplacements, ils sont sensibles à l'attention portée à **l'environnement** et particulièrement au fait qu'il soit situé en **pleine nature**.

Tous les autres critères de choix sont très en retrait par rapport aux autres profils de campeurs.

Ils sont les moins attentifs au nombre d'étoiles ou à la présence d'un label.

Pour juger de la qualité d'un camping, ils se montrent **moins exigeants** que les autres profils, même si les équipements sanitaires restent leur première préoccupation

Plus de la moitié d'entre eux **ne connaissait pas l'existence de label qualité**, et ils sont les plus nombreux à penser que cela ne présente pas réellement d'intérêt (15% vs 6% parmi les autres profils)

25% d'entre eux connaissaient Camping Qualité





Les campeurs mixtes (16%)

Un profil beaucoup plus jeune (la moitié d'entre eux ayant moins de 35 ans), sensiblement plus urbain, CSP+ et ayant fait des études supérieures.

Une pratique plus intense du camping avec une réelle préoccupation en matière de développement durable

Un recours au camping plus systématique que dans les deux autres groupes.

Les destinations sont très variables ; s'ils sont très nombreux à choisir le bord de mer, ils sont par ailleurs les plus nombreux à aller en montagne, à la campagne ou à proximité d'une destination sportive.

Ils changent de lieux mais gardent toutefois des habitudes dans un ou plusieurs campings.

En termes de choix, en dehors de la qualité des hébergements et emplacements, ils sont les plus sensibles à l'attention portée à **l'environnement**.

Ils attachent davantage d'importance à la présence d'un **label** qu'au nombre d'étoiles.

Ils sont par ailleurs attentifs aux activités proposées pour les adultes.

Tout comme les "Location exclusifs", ils jugent la qualité du camping en termes de **Confort et de service** mais sont par ailleurs plus soucieux de l'attention portée à **l'environnement**.

Ce sont eux qui sont les plus réceptifs aux **dimensions "Développement durable"** : ils jugent "très importants" les démarches en termes d'écologie ou de choix d'investissement responsables.

Ils sont les plus nombreux de tous les profils à affirmer que les labels qualité sont une bonne chose et avoir déjà consulté un site dédié pour choisir.

47% d'entre eux connaissaient Camping Qualité





Des attentes de fait très distinctes à satisfaire pour les gestionnaires des campings, même s'il est clair que la cible des "exclusifs locations" représente désormais une majorité de clients.

Le camping s'est "premiumisé" au cours des dernières années et attire ainsi une clientèle qui transpose ses attentes de l'univers hôtelier ou des clubs de vacances : une clientèle volage et exigeante, particulièrement sensible à la qualité des prestations.

On note par ailleurs que la dimension environnementale représente un enjeu et que les démarches amenant à une gestion plus responsable sont bien perçues, en particulier de la part des campeurs les plus jeunes.

Dans ce contexte, la présence d'un label qualité est tout à fait bienvenue pour rassurer au moment du choix, notamment les adeptes de la location et les profils les plus aisés qui sont les plus réceptifs à cet argument.

A ce jour, l'existence de labels qualité spécifiques aux campings n'est pas encore totalement acquise par les clients. Mais Camping Qualité apparaît toutefois comme celui bénéficiant de la meilleure notoriété.

Dans tous les cas, le principe d'un label est perçu de manière positive et peut contribuer à peser dans la décision au moment du choix.

Les adhérents Camping Qualité



Le métier de gestionnaire de camping

Polyvalence, travail intense, stress apparaissent comme les maitres-mots de ce métier si particulier

▪ Les interviewés ne décrivent pas un mais plusieurs métiers

– De par la multiplicité des tâches et des aspects à traiter

"On passe du marketing, à la cuisine, au bricolage, au jardinage, à l'accueil du public, à la gestion des travaux pendant la fermeture..."

"Il faut savoir tout faire !"

"Ce métier c'est un couteau suisse! C'est vraiment l'image qui me vient à l'esprit ! Ce n'est pas 1 mais 40 métiers"

– Et de par la saisonnalité

"Il y a 4 saisons et 4 métiers différents selon les saisons"

"En hors saison ce sont les tableurs, les prévisions, la compta... L'été c'est la réception, le resto, l'animation, la plomberie... c'est très très varié... Moi j'appelle ça de la 'polyvaillance' !!"

▪ Une profession qui impose une grosse charge de travail, en particulier pendant la saison

"En pleine saison, c'est du 7h à 2h du matin non stop"

"La quantité de travail est énorme, 95h de travail par semaine en saison, à 52 ans ça tire un peu quand même..."

"Il faut être super disponible, tous les jours 7/7j, je m'autorise 1 journée par saison pour ne pas péter les plombs"

▪ Un stress et des responsabilités qui pèsent

"Il faut se remettre en question tout le temps parce que rien ne se passe forcément comme vous l'aviez prévu"

"Il faut avoir 2-3 qualités pour ne pas se cogner la tête contre les murs !"

"On a une grosse responsabilité, les clients nous confient leurs vacances, il faut faire en sorte que tout se passe bien pour eux"

" Il faut que le site soit irréprochable"



Mais un métier que l'on aime

Pour sa pluralité et sa richesse

"une journée ne se passe jamais comme la veille, ce n'est pas un métier routinier, et c'est ça qui est bien!"

"il faut s'occuper de choses très différentes, c'est aussi le point fort du métier"

"On apprend tous les jours, on évolue tous les jours, jamais je n'aurais imaginé quand j'ai commencé il y a 20 ans que je ferai ce que je fais aujourd'hui."

"C'est la diversité des tâches, qui d'un côté panique un peu mais qui permet d'imaginer tous les jours une journée différente, et un côté assez speed pendant la saison mais qu'on apprécie quand même"

Pour sa dimension entrepreneuriale

"C'est un métier passionnant, on est directement impliqués, on récolte le fruit de notre travail"

"C'est un métier génial pour la liberté totale qu'il permet sur sa façon d'exercer son métier"

Et pour les rencontres et le contact client

" Métier magnifique, on rencontre plein de personnes"

"J'adore le contact avec les gens, faire plaisir, voir que les gens sont contents quand ils repartent"

"On fait de tour de France et du monde tout en restant sur place, on reçoit le monde entier chez soi !"

D'autant plus lorsque l'on a vécu une vie professionnelle tout autre auparavant

"J'étais comptable et je n'en pouvais plus de mon travail de bureau. J'avais envie du côté relationnel, du contact avec les gens... durant le pic de la saison, c'est un moment éprouvant mais c'est aussi le moment qu'on apprécie"

" J'étais ingénieur dans l'industrie automobile, je ne voyais pas de valeur ajoutée à mon métier, la stratégie de l'entreprise, toujours des visions à court terme... j'ai dit stop, je veux mon truc à moi, ma stratégie à moi, à long terme... Être maître à bord, c'est très valorisant"



Un métier toutefois jugé plus difficile ces dernières années par la moitié des interviewés

Notamment les plus âgés et les gestionnaires des grands campings

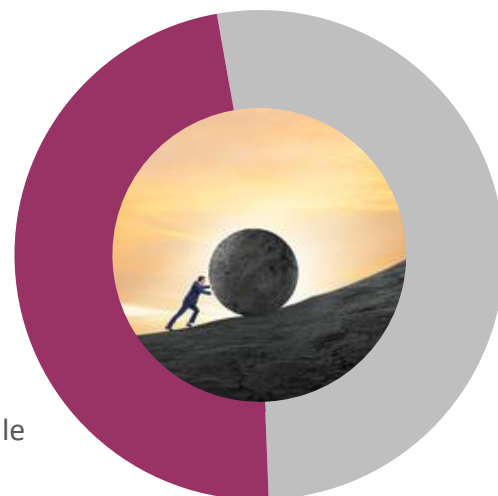
Les adhérents

Que diriez-vous du métier de gestionnaire de camping ces dernières années ?

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=149)



Enquête
online



Il est plus difficile
qu'avant
48%

- Plus de 20 ans ancienneté +++ (69%)
- Hommes +++
- 55 ans et plus
- Plus de 200 emplacements ++

Il n'est ni plus facile ni
plus difficile
52%

- Moins 10 ans ancienneté +++ (76%)
- Ont exercé autre profession ++
- Moins de 100 emplacements ++
- Moins de 5 employés ++
- Femmes ++

Une difficulté expliquée spontanément par le poids des contraintes réglementaires et administratives

L'évolution de la relation client arrive en seconde position

Les adhérents

Pour quelle(s) raison(s) ?

Base : Trouvent que le métier est plus difficile qu'avant (n exprimés=62) – Question ouverte

	Nombre de citations
Plus de contraintes administratives , de réglementations, de normes, obligations...	45 (73%)
Une relation client plus difficile, des clients plus exigeants, plus demandeurs...	27
La digitalisation , le web marketing, les nouvelles compétences web, réseaux sociaux...	13
La gestion du personnel , la difficulté à recruter	11
Une accentuation polyvalence, un métier qui se complexifie, des connaissances qui doivent être de plus en plus multiples	9
Des avis clients sources de stress et de pression	5
Des investissements de plus en plus importants	5
Une commercialisation plus difficile, une concurrence plus importante	4
Disponibilité accrue, surmenage	2
Une responsabilité de plus en plus engagée	2



Enquête
online



La gestion des aspects administratifs et le recrutement du personnel sont confirmés comme les premières difficultés parmi la liste proposée

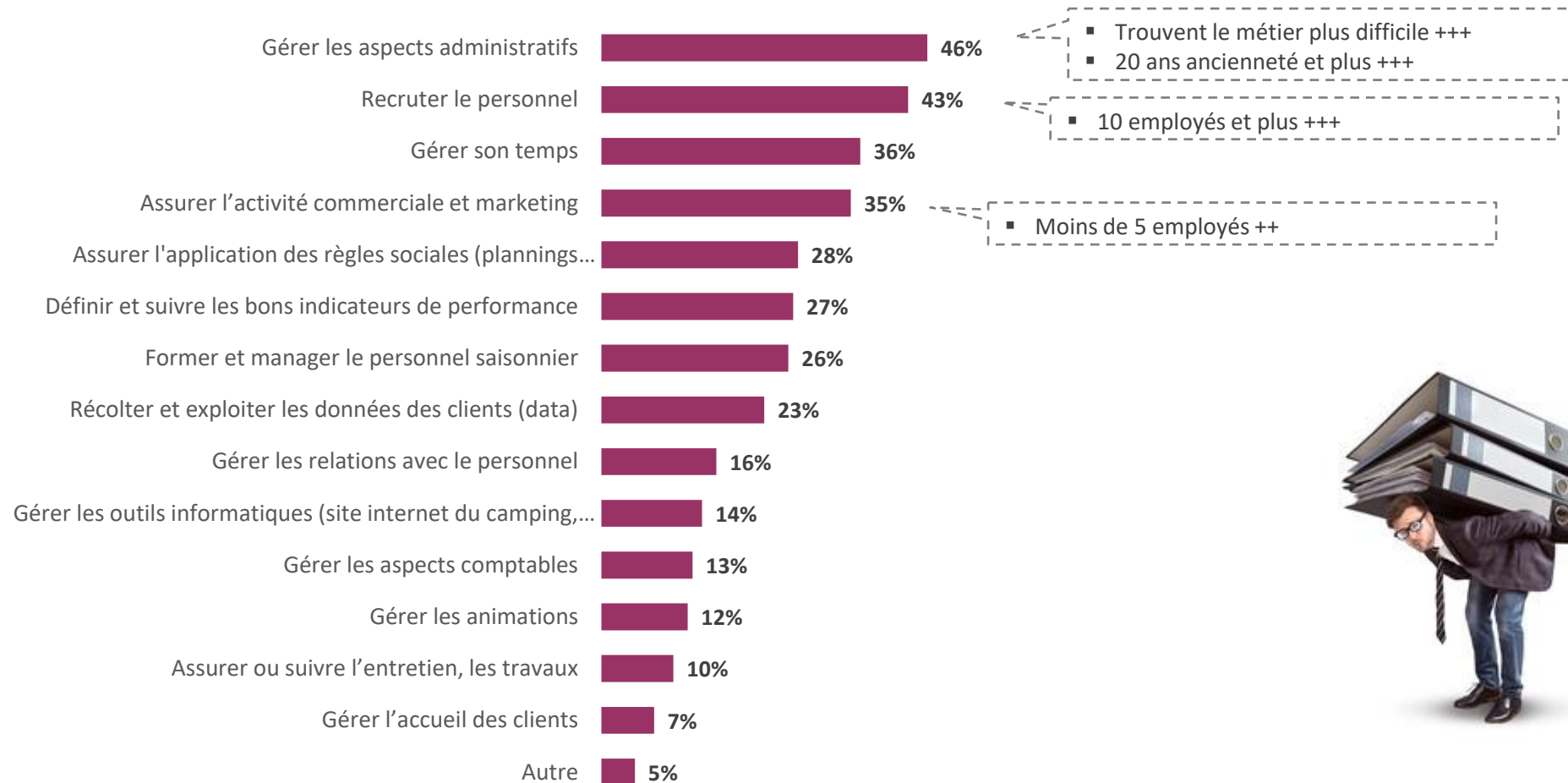
Les adhérents

Parmi vos missions en tant que gestionnaire du camping, quelles sont celles qui vous paraissent les plus difficiles ?

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=149)



Enquête
online



Au cours des entretiens, la problématique de la gestion client prend beaucoup de place dans les difficultés décrites

Dans les entretiens, la dimension administrative est également évoquée...

- **Un aspect jugé chronophage et qui pénalise la partie 'terrain' du métier**

"On a de plus en plus de de paperasse, plus de temps au bureau et donc moins de temps à passer avec les clients"

"La partie administrative est de plus en plus compliquée, ça prend de plus en plus de temps"

- **Et exigeant par ailleurs des mises à niveau constantes**

"Ce qui est compliqué ce sont toutes les normes auxquelles on est soumis, tout le côté administratif, autant on connaissait ça dans nos anciens métiers [dans la finance au Luxembourg] mais on ne s'attendait pas à autant de normes dans le secteur de la HPA, ça nous oblige à nous remettre en question tout le temps, à suivre l'actualité du domaine pour être dans les règles"

... mais ce sont surtout les difficultés liées à la relation client que les interviewés décrivent le plus longuement

- **Des clients décrits comme "plus exigeants"**

"Les gens sont de plus en plus exigeants, de plus en plus impatient, il faut tout tout de suite, on ne peut pas dire non... ou alors peut-être que c'est moi qui vieillis !"

"La société a changé, la clientèle est différente, on n'est pas vu de la même façon qu'il y a 30 ans, ce qui est bien, mais ça amène aussi des difficultés. C'est une clientèle plus exigeante, qui demande davantage de services... ce ne sont pas d'anciens campeurs..."

- **Une relation impactée par la digitalisation, souvent source de stress**

- D'une part en raison de la réactivité qu'elle impose

"Les personnes même en vacances sont de moins en moins faciles, il faut tout immédiatement, ils ne supportent pas d'attendre.. Il y a un effet internet, on clique et on veut une réponse de suite... avant on avait des formations pour répondre par mail dans les 24-48h, maintenant il faudrait que ce soit instantané..."

- D'autre part en raison du poids des Avis clients

"Les commentaires, la e-réputation sont de vrais enjeux... on se sent pris en otage par certains clients qui ont des demandes pas légitimes ou même parfois incohérentes mais on lit dans leurs yeux que si on n'accepte pas ils vont se déchaîner ensuite dans les commentaires... J'essaie de prendre du recul par rapport à ça, globalement on a de bons retours, mais c'est une vraie source de stress, voire de mal être..."

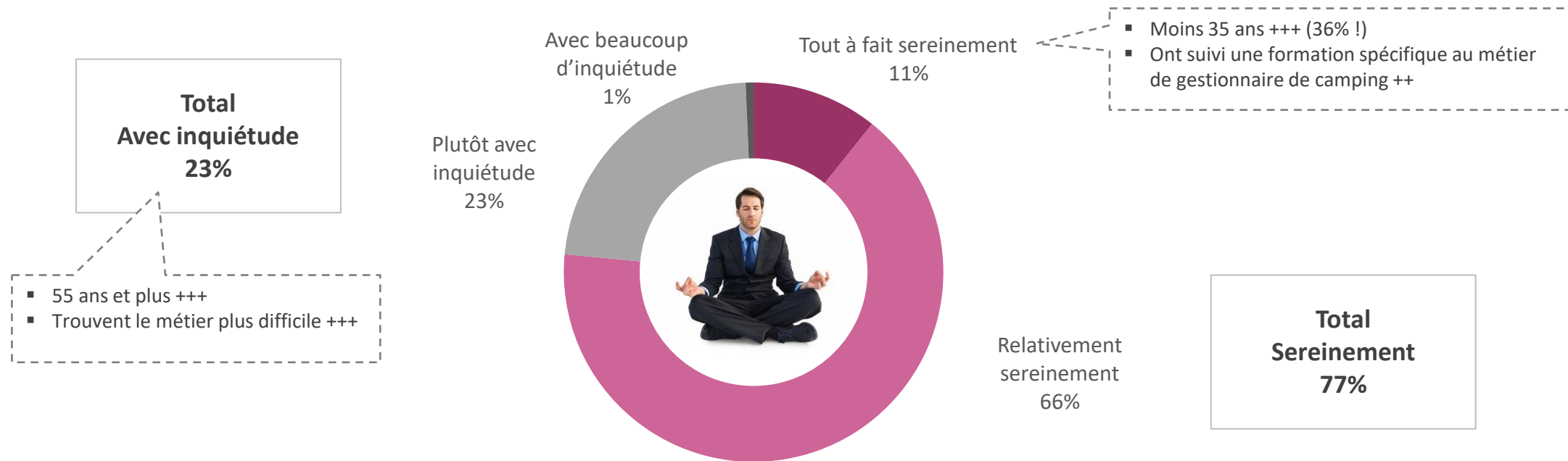
"C'est 5-6% de la clientèle mais pour nous c'est difficile, pour nous c'est une reconversion, c'est un métier plaisir et ça fait du mal... les gens sont plein de stress, ils râlent beaucoup"





Comment envisagez-vous les transformations du métier pour l'avenir (digitalisation, nouvelles attentes des clients...) ?

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=149)



La relation à Camping Qualité

Des raisons d'adhésion souvent multiples : aspects commerciaux et partage de bonnes pratiques étant relativement équivalents

Les adhérents

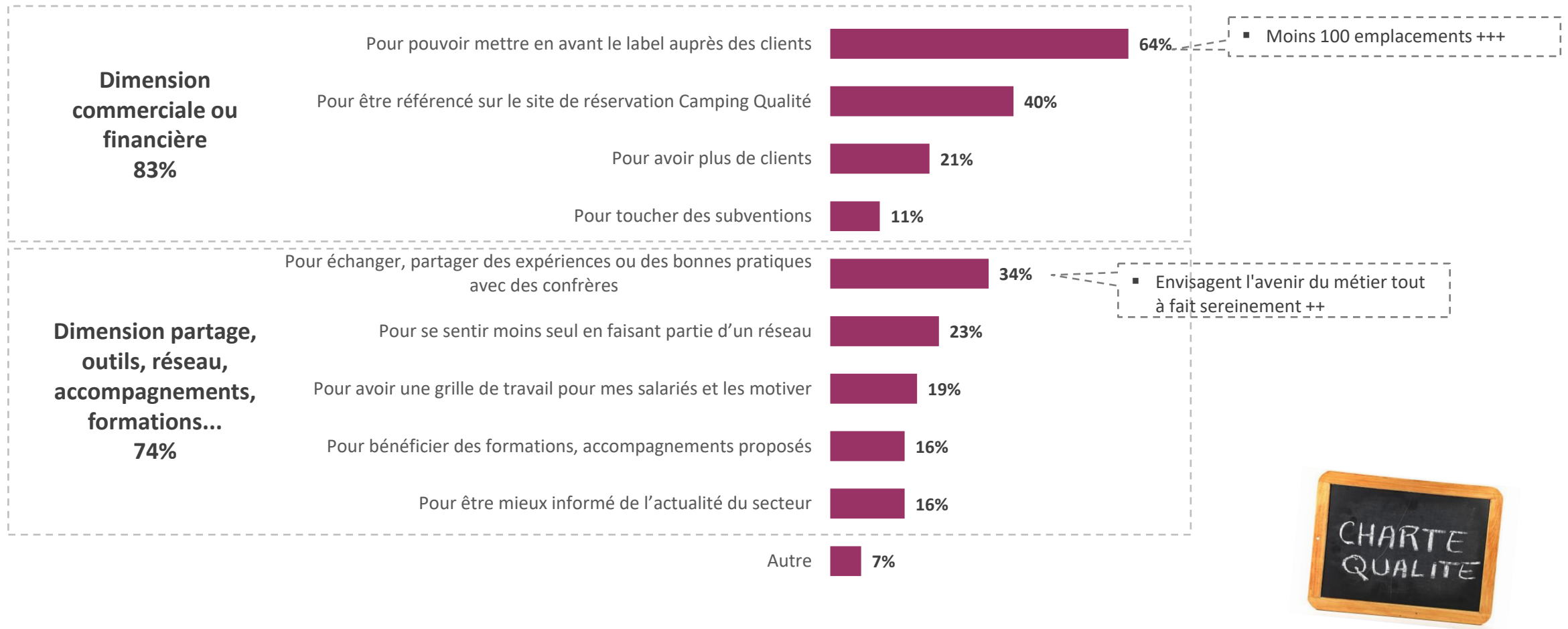
Peu de différences selon les profils

Pour quelle(s) raison(s) avez-vous décidé d'adhérer ou de poursuivre votre adhésion à Camping Qualité ? (3 réponses maximum)

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=145)



Enquête
online



Avec une emphase particulière concernant l'audit et la grille en elle-même

- **Un référentiel décrit comme une base de travail, un outil de référence, notamment au démarrage de l'activité ou pour les nouveaux recrutés**

"Camping Qualité m' a permis d'avoir un outil de base, surtout pour le service d'accueil, un vrai outil de management, pour fixer les règles et normes de l'accueil qui n'existaient pas avant... je ne sais pas comment j'aurais fait sans le référentiel, ça m'a permis de gagner bcp de temps"

"Pour moi c'est un document de base pour la qualité de l'accueil, ça permet aussi d'intégrer les règles pour les saisonniers qui parfois n'ont jamais fait ça avant. C'est un document de base pour les aspects techniques"

- **Dans le temps, un moyen de continuer à progresser, de se remettre en question**

- Afin de ne pas se laisser aller une fois que les acquis sont en place

"Ca permet aussi de se remettre en question, sinon après toutes ces années on devient plan plan..."

"Une fois que les choses sont mises en place, on est calé, on est habitué... mais ça nous oblige à faire, on se dit : ah j'ai zappé telle ou telle chose, donc c'est toujours important"

- Afin de s'ouvrir à de nouvelles idées, à un regard extérieur

"C'est le moyen d'avoir un œil nouveau en se faisant auditer, de se donner des idées, de s'améliorer"

" le référentiel est bien, ça permet de se remettre en question, de prendre du recul, sinon on a tout les temps la tête dans le guidon"

"c'est intéressant d'avoir un œil extérieur, le principe de la visite mystère c'est intéressant, nous on est dedans, il y a des choses qu'on ne voit pas"



Les autres raisons d'adhésion citées sont plus éparses

- **Un label à afficher pour rassurer les clients**

"Ca me permet de l'afficher pour le public, pour l'image, ça permet de dire que mm les campings municipaux font de la qualité"

"Pour les clients c'est un élément de réassurance, ils ne viennent pas pour ça mais ça les rassure quand ils voient qu'on appartient à un réseau comme Camping Qualité"

- **L'accès aux informations, les échanges, la force du réseau**

"un bon moyen d'avoir des informations, d'échanger, de ne pas se retrouver seul"

"Pendant la crise Covid ça a été intéressant de pouvoir échanger via les webinaires"

"c'est une mise en relation avec d'autre campings que ceux du département, ce qui est important"

- **La force d'un réseau tout en restant indépendant**

"Pour être dans un réseau mais rester maître de nos décisions... dans une chaîne si on vous dit que tous les mobilhomes doivent être bleus, ben vous n'avez pas le choix... on ne voulait pas être normalisés"

- **La commercialisation sur le site de CQ peut également être citée comme raison d'adhésion ou ré-adhésion**

- Mais une attente souvent source de déception

"J'ai failli arrêté l'adhésion... Je ne voyais pas l'impact que ça pouvait apporter, surtout par rapport aux retombées commerciales, l'impact n'est pas dérisoire mais on va dire faible..."

"Mais j'hésite chaque année à renouveler, c'est 1200 ou 1300€ pour un retour de 175€ cette année"

Une majorité d'adhérents perçoit les apports de Camping Qualité, même si les opinions apparaissent peu affirmées

Les adhérents

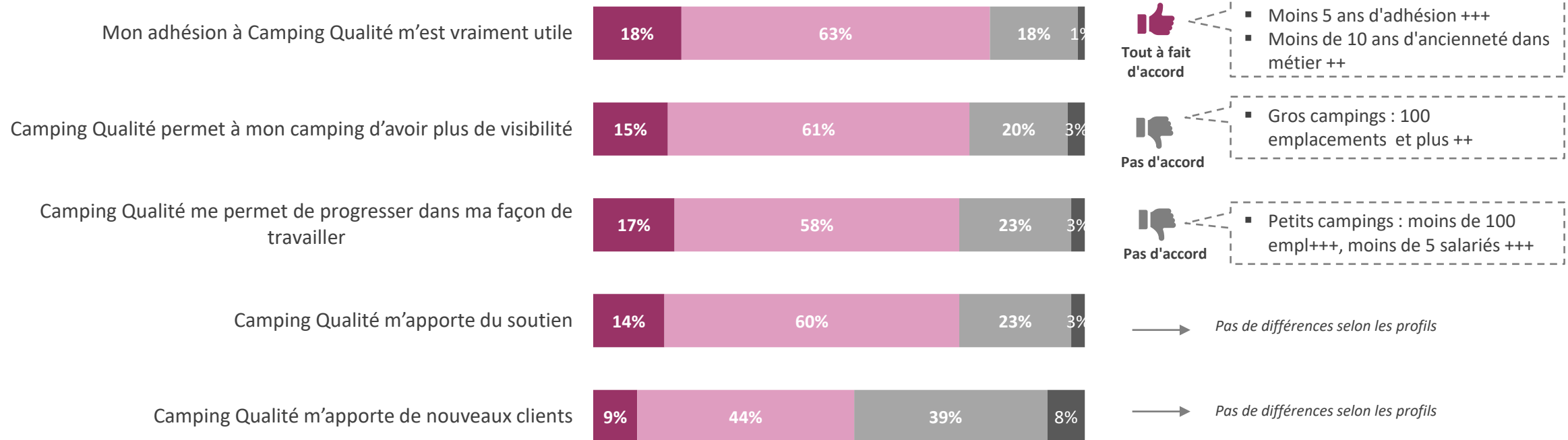


Enquête
online

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les phrases suivantes ?

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=145)

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout



Un niveau de satisfaction globale positif, même s'il apparaît optimisable

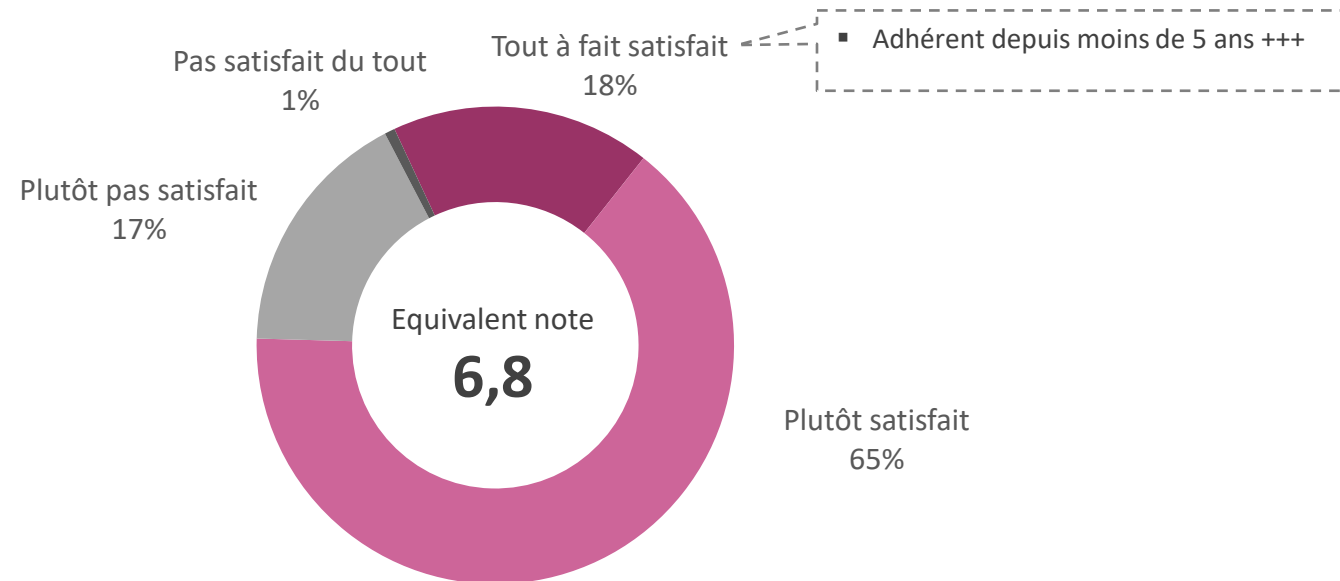
Les nouveaux adhérents étant les plus enthousiastes



Enquête
online

D'une manière générale, diriez-vous que vous êtes satisfait de votre adhésion à Camping Qualité ?

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=142)



Calcul de la note : (% Tout à fait satisfait x 10) + (% Plutôt satisfait x 7) + (Plutôt pas satisfait x 3) + (Pas satisfait du tout x 0)

Des perceptions globalement favorables quels que soient les profils

Les adhérents

Seule la valorisation du label apparaît corrélée avec l'ancienneté, les adhérents plus anciens étant les plus critiques

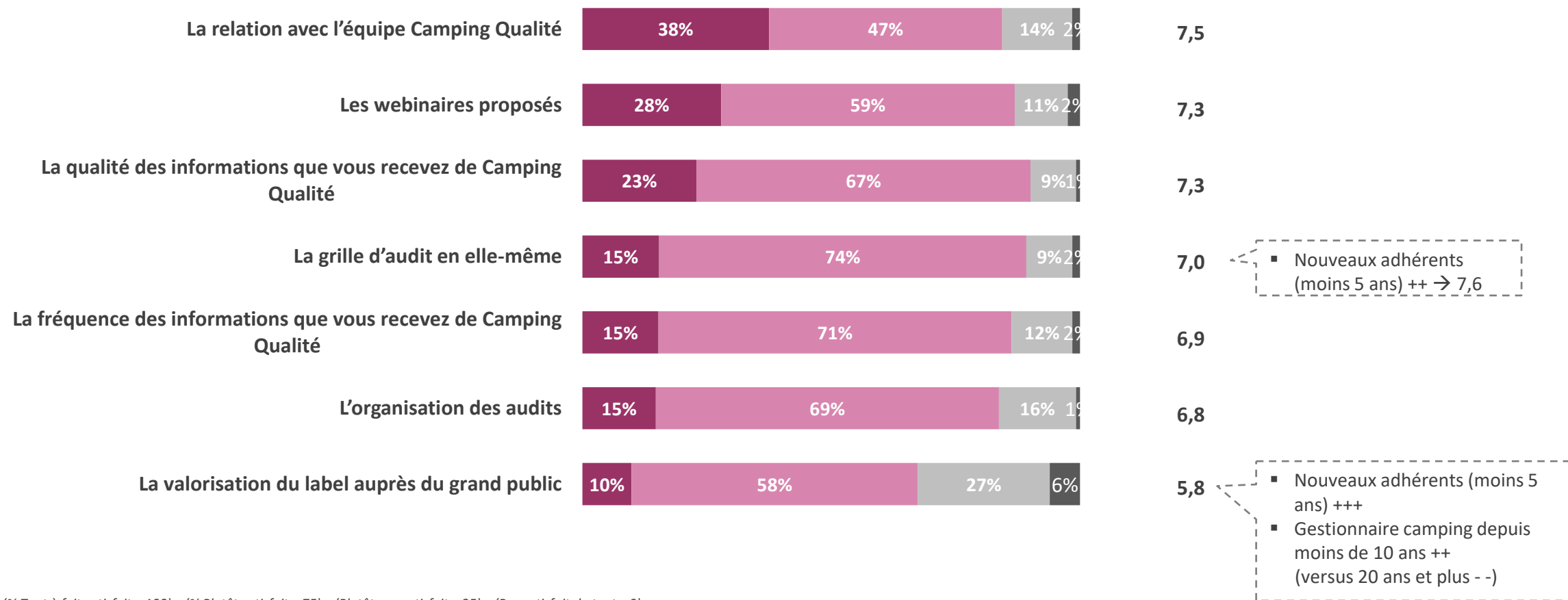
Quelle est votre opinion concernant les aspects suivants ?

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=110)



Enquête
online

■ Tout à fait satisfait ■ Plutôt satisfait ■ Plutôt pas satisfait ■ Pas satisfait du tout



Calcul de l'indice : (% Tout à fait satisfait x 100) + (% Plutôt satisfait x 75) + (Plutôt pas satisfait x 25) + (Pas satisfait du tout x 0)

Que faudrait-il améliorer selon vous concernant la grille d'audit ?

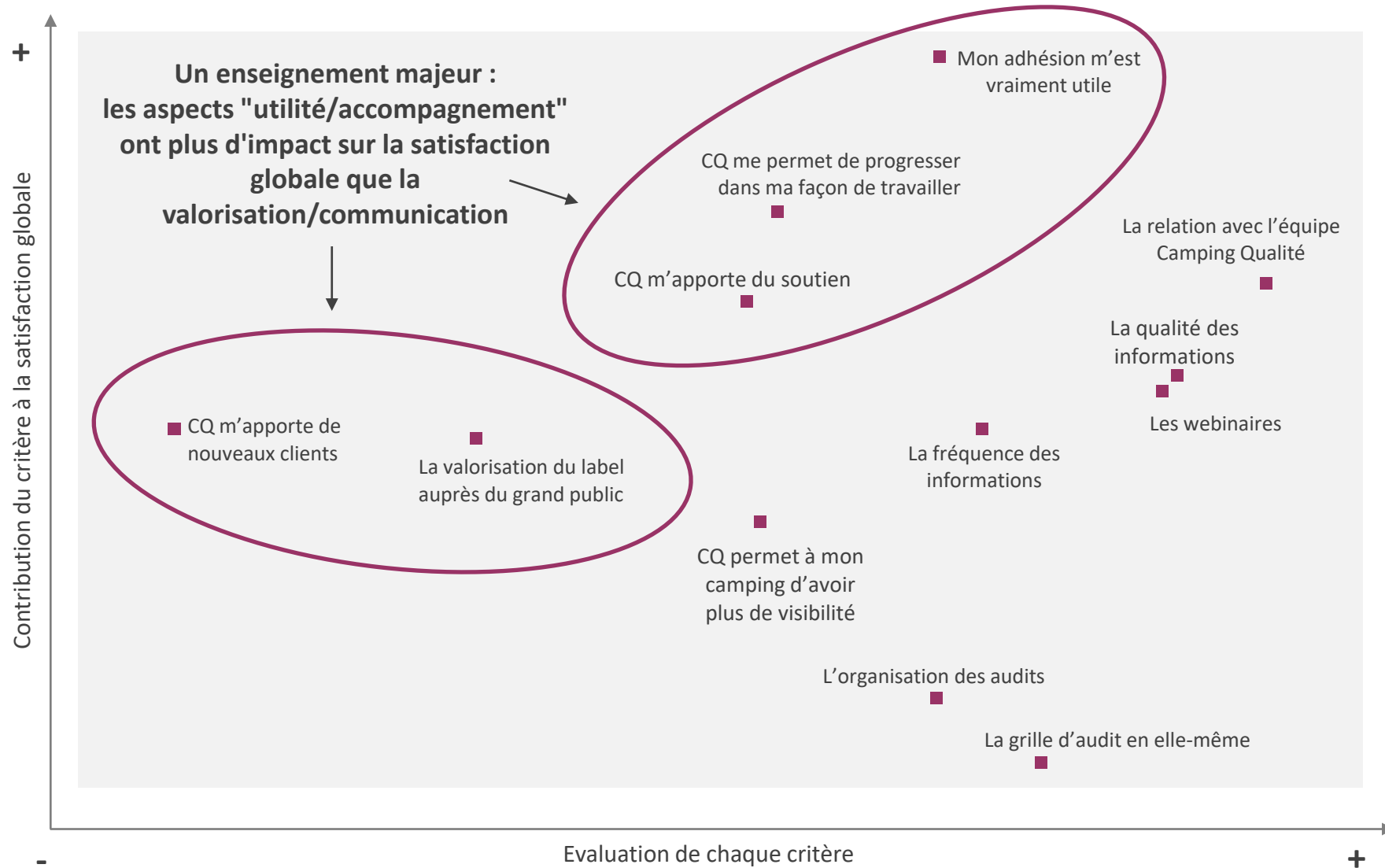
Base : Insatisfaits de la grille d'audit (n exprimés=7)



- *"Plus simple plus lisible, modernisée, là c'est une usine à gaz"*
- *"Je trouve décevant d'obliger les brochures papiers quand on fait tout pour les supprimernous, et toutes les entreprises petites et grandes"*
- *"Je vous communiquerai ces informations un peu plus tard car nous avons besoin de s'y repencher dessus."*
- *"La rendre plus attractive pour pouvoir se reposer dessus plus souvent, pas seulement pour les audits. Certains critères sont un peu obsolètes"*
- *"Locatif, restauration , maitres restaurateurs "*
- *"Une automatisation"*
- *"Doublon avec la grille du classement, aurait besoin d être actualisée"*



Mise en perspective des critères par rapport à la satisfaction globale



Enquête online

Une équipe appréciée

- Pour son dynamisme (un adjectif très souvent employé lorsqu'il s'agit de décrire l'équipe) et son professionnalisme

"Je pense que c'est une équipe compétente, dynamique"

"Karine, Christophe qui font l'image du label, ils ont beaucoup d'idées, ils sont dynamiques, c'est une histoire de profils... il y a de la fraîcheur, on est toujours emballés par ce qu'ils proposent..."

"Le président, il est à la hauteur, il est hyper dynamique, il embarque tout le monde"

"ça fait du bien des gens comme Christophe avec leur énergie"

- Pour l'écoute, la disponibilité, la qualité des contacts

"J'arrive à avoir un interlocuteur si besoin, ça se passe très bien"

"ils doivent connaître tout le monde, ça doit leur prendre un temps fou d'ailleurs de maintenir ce lien... en tout cas ça fait toujours plaisir d'avoir un coup de fil avec CQ"

- Par le fait qu'il s'agit de "gens du métier"

"Je sais que les membres du bureau ce sont aussi des gestionnaires de camping, donc franchement on ne peut que leur tirer notre chapeau, ils font du bon boulot, c'est pas évident de tout mener de front !"

"C'est une bonne équipe, ils sont dans le métier et ça c'est très bien"

"Une équipe dynamique, des gens qui sont dans le métier, des analyses pertinentes"

- En mineur : Une interviewée déçue du manque de réponse à des questions posées

"J'ai fait des demandes de renseignements par mail sur des points de réglementation (à deux reprises) et je n'ai pas eu de réponse, je sais qu'on est nombreux, je ne suis pas toute seule mais ça m'a déçue de ne pas avoir de retour... comme on ne peut pas être affilié à la FNHPA (en tout cas en Bretagne, il paraît que c'est possible dans d'autres régions), on n'a pas accès aux infos... On a le sentiment d'être un peu à part nous les publics, c'est un sentiment..."





Des webinaires plébiscités

- Souvent décrits comme un point fort durant la crise Covid, les webinaires ont été et restent grandement appréciés

"C'est très bien, c'est un bon moyen de communication, de traiter les sujets du moment, ça apporte des réponses"

"ils sont bien préparés, on apprend des choses, c'est concret, précis, c'est bien fait, ils répondent bien aux questions... c'est très bien"

"Très bien, aussi bien au niveau du contenu que des formats, il y a un sans faute jusque là"

- Des intervenants jugés de qualité

"très bien, très bons intervenants, très intéressant"

"j'en ai fait 2 et c'était très bien, très intéressant, les intervenants étaient très bien... on était vraiment dans le cœur de métier de l'hôtellerie de plein air, c'était génial, ça me parlait"

- Un moyen d'échanger, de garder le lien

"Super, très bien, ça a un bel impact, à garder après la crise Covid, ça renforce le lien avec Camping Qualité, on voit l'équipe, on voit les autres"

"ce qui est bien c'est aussi de voir les réactions et les questions des collègues, on se rend compte qu'on se pose les mêmes questions"

- Un côté "pratique" indéniable

"Pas besoin de se déplacer"

"C'est super, si on ne peut pas y assister on a le replay"

- En mineur : Une interviewée souligne le risque d'un trop plein de webinaires

"Il y a beaucoup de webinaires proposés, donc c'est pas toujours facile de suivre... Ctoutvert en propose aussi chaque semaine, je participe à un groupe de travail sur le management... il y a énormément d'organismes qui proposent des webinaires"



Un retour globalement positif concernant les informations transmises par Camping Qualité

→ Un sentiment qui peut toutefois varier en fonction des sources d'information que les gestionnaires ont (ou pas) par ailleurs

- **Certains décrivant une multitude d'informations à leur portée et n'attendant pas davantage de Camping Qualité**

"On est beaucoup submergé d'informations, par la Fédération, les offices de tourisme..."

"C'est bien mais des infos on en a beaucoup, on a des infos départementales, régionales, nationales... on l'a vu pendant le Covid, tout le monde voulait bien faire mais du coup on était noyés sous les infos"

- **Quand d'autres sont davantage dans l'attente d'une information plus régulière ou plus poussée**

"Il faudrait une information plus régulière au-delà du nombre de clics sur le site ou des autres données chiffrées qu'ils donnent"

"Il en faudrait un peu plus, elles sont de bonne qualité, il en faudrait plus (en général, pas de sujet particulier)"

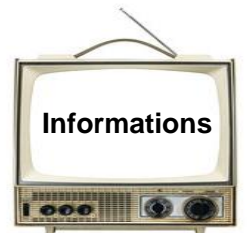
"On reçoit des infos 1 fois par mois juste un chiffre du style +28% d'augmentation des visites sur notre site... ça parle pas... les chiffres on leur fait dire ce qu'on veut..."

- **Des attentes émergent par ailleurs pour des contenus plus personnalisés**

"ce serait bien d'avoir une comparaison par département, pouvoir se positionner, se comparer, savoir ce que font les autres, ça peut être très riche"

"Ce serait bien d'avoir des infos plus personnalisées, que je puisse me comparer aux autres campings de la région par exemple"

" je préférerais une info plus personnalisée, une approche personnalisée, l'info généraliste on l'a par ailleurs"



Des audits appréciés et vécus comme des moments d'échanges riches et inspirants

" Quelqu'un vient et nous fait un vrai CR le lendemain avec une vraie expertise, il s'intéresse à notre projet, le temps d'échange avec l'auditeur est toujours intéressant"

▪ Notamment pour les nouveaux adhérents

- Qui peuvent être en demande d'un suivi plus approfondi

*"J'aurais aimé qu'on ait un coup de fil ou une visite en disant: on avait vu qu'il y avait 3-4 points à améliorer, où vous en êtes?... Il n'y a pas de suivi après l'audit c'est dommage"
(adhérent depuis 3 ans)*

▪ Un audit plus rodé et moins attendu pour certains campings labellisés depuis de nombreuses années, même si l'exercice reste intéressant

*"C'est bien, c'est intéressant, ça permet d'avoir une base de travail mais ça fait 10 ans que le camping est labellisé donc on sait à peu près ce qu'il faut faire"
"L'audit est intéressant, j'ai mis des choses en place à la suite de l'audit, ça m'a fait réfléchir... Mais franchement j'y fais plus vraiment attention à l'audit, on est dans les clous, les réflexes on les a"
"Je n'ai pas appris grand-chose les derniers audits, à force on sait ce qu'il y a à faire..."*

▪ En mineur : quelques expériences décevantes ont été décrites

*" Depuis les 2 derniers audits, ça s'est beaucoup dégradé, surtout le dernier... la personne était plus en vacances qu'en audit, elle n'avait pas vu la moitié des installations, elle n'avait même pas fait le tour, c'était nous qui étions obligé de lui expliquer des choses alors que ça aurait du être l'inverse... un manque total de professionnalisme... j'ai fait remonté l'info à CQ"
" L'auditeur est venu en plein mois d'août sans avoir réservé, donc forcément on était complet, donc il n'a pas pu rester ! Il a juste fait un tour, il a parlé à 2-3 personnes mais c'est tout... Il faut que l'auditeur reste au moins une nuit et joue le jeu de tester les prestations proposées... là j'ai trouvé ça inutile, c'est dommage"*



Les deux tiers des adhérents connaissent l'existence des formations proposées par Camping Qualité

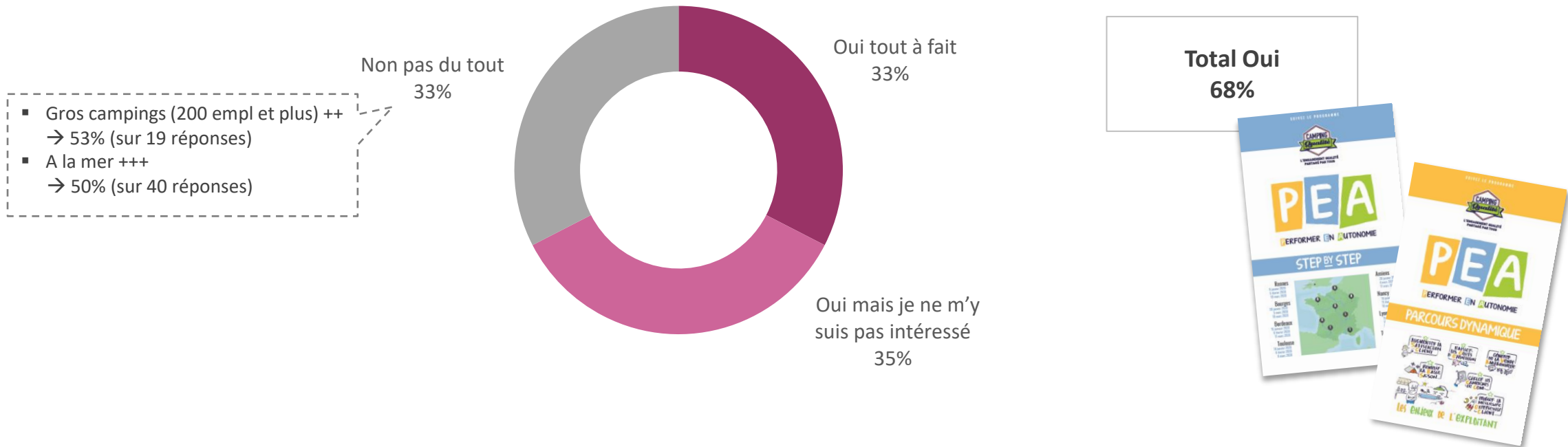
Les adhérents



Enquête online

Avez-vous entendu parler des formations proposées par Camping Qualité à l'attention de ses adhérents : « Step by Step » et « Parcours Dynamique » ?

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=129)





D'une façon générale, que pensez-vous du fait que Camping Qualité propose des parcours de formation permettant à ses adhérents de progresser et d'optimiser leur gestion ?

Base : Ensemble des adhérents (n exprimés=129)



Pas de différences significatives selon les profils

Des formations jugées bienvenues et en phase avec la nouvelle orientation de Camping Qualité

"Très bien, pour l'instant on n'a pas eu de besoins particuliers mais on est attentifs à ce qu'ils proposent"

"C'est une bonne idée, c'est ouvert à tous, les intervenants sont intéressants, c'est une bonne chose"

"Par rapport à la stratégie mise en place c'est même nécessaire, pour permettre la montée en compétence des gérants"

▪ Les retours des interviewés ayant participé à une formation sont tout à fait positifs

"J'ai fait partie du groupe pilote, j'ai appris pas mal de choses, sur les compétences à développer..."

"On a été emballés par le projet du groupe pilote. Être formé, avoir des temps d'échanges, se poser dans la stratégie d'entreprise, comment on voyait la suite..."

"J'ai souscrit au parcours dynamique l'année dernière, je suis en train de le mettre en place, par ex ça m'a permis de dresser un tableau de bord, chose que je ne faisais pas... c'est bien c'est une ouverture d'esprit"

Les interviewés mettent toutefois en avant plusieurs points d'attention

La nécessité de proposer des contenus vraiment spécifiques au camping

"Le syndicat en fait aussi, le CDT en fait... il faut que ce soit des formations vraiment ancrées dans le métier, pas des choses généralistes sur le management"

"Il y a tellement de concurrence, tout le monde fait des formations... c'est bien qu'ils en fassent des spécifiques au camping"

Le coût, qui peut être un frein

"C'est assez cher, heureusement c'était gratuit pour les gens du pilote"

"J'ai fait le parcours dynamique, c'était bien mais c'était cher au final par rapport à mes attentes"

Pour certains, la difficulté de se rendre disponible...

"J'ai fait la formation Parcours dynamique : ça a été compliqué d'avoir un endroit proche, beaucoup de route, des dépenses conséquentes, il a fallu se faire remplacer... si ça avait été en webinaire on aurait été suivi de la même façon"

"Personnellement je préfère des sessions plus courtes, pas sur plusieurs jours, en ce moment c'est des webinaires, c'est très bien"

... même si l'intérêt de se retrouver est souligné par d'autres

▪ En mineur : Les deux campings municipaux interrogés regrettent de ne pas pouvoir y avoir accès

"Elles m'intéressent mais il y a le problème du financement"

"On n'y a pas accès comme ce sont des fonds de formation privés... on a accès qu'à des formations de la fonction publique territoriale"

L'évolution de Camping Qualité et l'avenir



Après une période hésitante, les adhérents interrogés soulignent un nouvel élan

- **Une période V1/V2 qu'ils décrivent comme faisant désormais partie du passé**

"Il y a eu la v1/v2, mais ça n'a pas fonctionné, tout le monde n'a pas compris, ils ont rectifié le tir maintenant"

"Il y a eu l'épisode avec la v1 et v2, ça a été très compliqué, beaucoup de gens ne se sont pas reconnus dans ce système, on a perdu beaucoup d'adhérents, il y a eu beaucoup de problèmes... Maintenant ça va mieux, "

- **Une phase actuelle de transition**

"Ca n'arrête pas de changer, ça se cherche un peu... Camping Qualité cherche sa place entre un groupe/une chaîne et la fédération, ce n'est pas évident..."

"Depuis quelques années ils se cherchent, je veux leur monter mon soutien... L'année dernière j'ai fait le parcours dynamique, une belle initiative"

- **Le sentiment que les bonnes bases sont posées**

"Ca a pataugé un peu au départ mais ils sont sur le bon chemin"

"Déjà le fait de questionner les campings et les clients par votre biais c'est bien, c'est un bon départ"

"Ils sont dans l'air du temps, ils suivent la modernité, ils sont très à l'écoute de ce qui se fait, même si tout le monde ne peut pas y accéder"

"Ils ont l'air d'avoir trouvé le bon modèle... il faut s'adapter dans le monde dans lequel on évolue mais ça ils savent faire"

"Ils sont sur le bon chemin, entre le référencement qualité avec l'audit et l'accompagnement mis en place pour ceux qui veulent... Les chaînes ont repris aussi cette partie qualité mais avec une perte de personnalité, d'authenticité... ils nous guident, ils nous aident... je continuerai à les suivre"

"Je pense qu'ils sont sur la bonne voie. Essayer de regrouper tout le monde sur un même logiciel c'est compliqué, on est très différents, on a tous des manières de faire différentes mais on a beaucoup de choses en commun, l'orientation est la bonne... on aura du mal à tous profiter des mêmes choses, mais chacun picorera ce dont il a besoin"



Un nouvel élan qui se traduit à leurs yeux à plusieurs niveaux

■ Une communication qui commence à porter ses fruits (même si elle reste à leurs yeux insuffisante)



"Il y a de plus en plus de contacts sur le site, ça nous apporte de plus en plus de clients. Au niveau des évolutions, il n'y a que du positif"

"Ca a bien évolué, il y a de plus en plus de renommée auprès des clients, ça nous amène du monde et ça permet de fidéliser les clients, ils sont contents et ils reviennent"

"Il y a toujours un problème de connaissance du label pour les clients mais on a quand même plus de clients qui passent par le système de réservation CQ"

"Commercialiser sans que ça nous coute 10 ou 15% c'est qd mm fort, c'est génial, j'espère qu'ils pourront le faire encore bcp d'années"

■ Des échanges "boostés" par les webinaires

"Persévérer avec les webinaires, c'est vraiment intéressant ce qu'ils ont fait pendant la crise"

"Ils ont fait des webséminaires par apport à la crise et à d'autres sujets, le principe est très très bien, ça permet de voir comment les autres fonctionnent, moi je me sens un peu isolée parfois, c'était intéressant de voir d'autres campings, j'ai suivi presque tout"



■ Une stratégie de professionnalisation qui fait sens

"L'évolution actuelle est très positive, avant c'était plus axé sur la grille et la promotion du label, aujourd'hui il y a un gros virage : comment on donne les outils, les compétences aux adhérents, on se prend en main. Je suis 100% en phase avec ça, ce virage est très bien, c'est très innovant dans le monde de HPA... C'est génial de se faire aider par des prestataires de qualité"

"Une belle évolution, de nouveaux services, de nouvelles orientations qui me semblent aller dans le sens d'une évolution professionnelle, ce sont de nouvelles pistes pour avancer, pour nous professionnaliser"

"La professionnalisation c'est hyper innovant, il y a peu de gestionnaire qui sont capables de faire cette démarche d'eux même"

"En termes de stratégie ils sont dans le mille. Le monde va vite, il faut se préparer, il faut être plus agile, plus flexible... Il faut qu'on apprenne par nous même, il ne faut pas qu'on nous tienne la main, il faut qu'on soit autonomes"



■ En mineur : Un adhérent alerte toutefois sur le risque d'un mouvement à deux vitesses

"Il faut une égalité pour tous les adhérents. Depuis la mise en place du "Parcours Dynamique" (même si c'est très bien), nous risquons de revenir à la même période "V1" et "V2" : les établissements qui peuvent suivre financièrement et les autres"



Que faudrait-il améliorer ? Qu'aimeriez-vous que Camping Qualité mette en place et qui n'existe pas encore ?

Base : Ensemble des adhérents

Concernant les audits

- *Un seul Bureau de contrôle pour les audits*
- *Monter le niveau d'acceptation*
- *Des groupes de travail ou une journée d'étude pour étudier la grille avant l'audit et mettre en place les opérations correctives.*
- *Plus de critères sur l'environnement*
- *Point annuel (entretien sur place) sur les progrès du camping sur les éléments annuels de qualité*
- *Alléger les audits ? ou les faire en partie durant la saison creuse (discussions/ Apports de preuves liés à certains critères administratifs/de communication...) et ne garder l'audit sur place que pour des "vérifications" impossibles à distance, rapides et sans implication particulières des gestionnaires*
- *L'audit (tous les 5 ans) doit être un réel +, même pour les campings qui ont généralement de très bonnes notes: cherchez les vrais axes d'amélioration.*
- *Procéder aux audits en avant saison ou en fin de saison et non en plein milieu où nous avons clairement d'autres priorités*
- *J'aimerais qu'ils appellent en début ou en fin de saison pour me demander comment s'est passé la saison dernière, quels sont les projets... pour faire un point*

Concernant la communication

- *En plus des segments par régions, peut-être proposer aux clients une offre par taille, type ou activité sur le site internet... mais vous êtes déjà bien lancé :)*
- *Partenariat avec des influenceurs*
- *Moins de papier et drapeaux pour plus de moyens sur le référencement.*
- *La diffusion d'objet publicitaire et à offrir à la clientèle ; sac en jute en non en plastique ; des porte clefs ; des parapluies ; des stylos...*
- *Nous pourrions peut-être créer une carte de fidélité Camping Qualité pour les clients*
- *Rendre le label "incontournable", une sorte de référence obligatoire pour tous les gérants de camping.... C'est en bonne voie !!!*
- *Communiquer et être mieux reconnu et valorisé auprès d'une clientèle étrangère de proximité (Pays-Bas, Allemagne, Suisse, Belgique)*
- *Le label est trop peu connu aussi bien des français et surtout des étrangers qui pour nous représentent 90% de notre clientèle*

Focus sur le kit de com

- *Kits donnés en début de saison inutiles (drapeaux affiches etc....)*
- *Les signes distinctifs (logos panneau, affiches) qui datent vraiment*
- *Les panonceaux de communications en différentes langues*
- *Il faut développer les outils de communication in situ pour les clients mais ne les transmettre que si les adhérents en ont besoin pour éviter le gaspillage (pas d'envoi annuel systématique)*



Concernant les échanges entre adhérents

- *La cohésion de groupe, avoir plus de contact avec les adhérents*
- *J'ai apprécié les webinaires pendant la crise, les conseils apportés, les témoignages. Je pense qu'il faut continuer à développer ces moments d'échanges.*
- *La mise en relation entre collègues, thématisée en fonction des connaissances et des compétences plus développées chez untel ou chez untel*
- *Ateliers de "sauvetage" d'un dirigeant en difficulté et qui cherche une solution à sa problématique (on a sûrement la solution dans le réseau car quelqu'un est déjà passé par la!)*
- *Créer du lien entre les adhérents avec la présentation du parcours d'un professionnel et présentation de sa pépite*

Concernant l'accueil des nouveaux gestionnaires

- *Un meilleur accompagnement pour les nouveaux membres ou les nouveaux gestionnaires, que quelqu'un se déplace ou bien qu'il y ait un échange sur ce que Camping Qualité peut apporter : le nom de personnes, qui contacter, qui fait quoi...etc. Avant cette année, je ne voyais pas ce que Camping Qualité pouvait m'apporter*

Concernant les visites et voyages

- *Remettre en place les voyages d'études*
- *Des sorties ou voyages entre collègues dès que cela sera possible...*
- *Reprendre les voyages de découverte, même si c'est pour découvrir des campings français*
- *Organiser des week-ends de découverte des campings qualité remarquables, où un camping adhérent reçoit les membres du réseau (comme les séminaires des chaînes)*
- *Visite de campings Camping qualité avec idées (obligatoire) à soumettre par les participants au gestionnaire visité = Pleins d'idées à la clé.*

Concernant les moyens et outils

Une mutualisation de moyens

- *La mutualisation de moyens concrets pour la gestion d'entreprise : comptabilité, ressources humaines, partenariats et veille commerciale, etc...*
- *Un service de "community manager" partagé entre plusieurs campings d'un même territoire*
- *un partage d'outils, kits de communication...*
- *Des achats groupés*
- *Une centrale d'achat*

Des possibilités de benchmarking entre adhérents

- *mettre en place une remontée d'info qui permettrait de se positionner par rapport à d'autres camping pour optimiser ses tarifs (dans la pratique du yield)*
- *Etablir des tableaux pour mieux appréhender son activité et se situer par rapport à la profession*

Une application moins coûteuse

- *Une application moins chère que cool n camp*
- *Se concentrer sur la gestion de la relation client et nous donner un outil compétitif comme l'application un grand OUI mais un grand NON pour le tarif de celle ci...*

Des outils d'accompagnements innovants

- *Un calendrier digital de gestion du temps avec des rappels pour les tâches clés*
- *Des MOOC pour la formation continue et l'amélioration des compétences des gestionnaires.*





Idées de thématiques à travailler



En matière d'accompagnement commercial, marketing

- Travailler sur les problèmes de disparité des traitements des différentes catégories des clients
- Améliorer et peut être trouver de nouvelles méthodes pour l'accueil des clients qui deviennent de plus en plus compliqués
- Travailler sur la valeur ajoutée et non valeur ajoutée afin d'être le plus performant possible (meilleure rentabilité) avec une meilleure satisfaction client.
- Accompagnement marketing et référencement pour + de visibilité
- Nous aider à faire nos tarifs et nous aider à sélectionner les meilleurs choix de guides et pub en matière de visibilité
- Formation tarification / méthodes de vente /
- Des parcours de formation permettant d'y voir clair dans toutes les innovations ou soi-disant innovations proposées par des sociétés commerciales intéressées

En matière de RH et d'administratif

- Des webinars pour sensibiliser, informer, former les saisonniers à un état d'esprit Camping Qualité, à l'importance de la bonne exécution de leurs tâches, structurés de manière très ressemblante, voire identique, aux grands chapitres de la grille d'audit. Outils génériques qui pourraient être des MOOC avec QCM permettant de passer aux MOOC suivants (Infos si besoin auprès de Xavier Féraut). L'investissement couteux pour mettre en place ses outils pourrait s'étaler dans le temps, mais il est à contrebalancer par le fait qu'il serait utilisable à chaque saison pour les premières sensibilisations des équipes à ce qu'est un établissement Camping Qualité.
- Plus de formation pour le personnel en webinaire
- Une offre type DRH, proposant un service de classeur pré rempli sécurité classeur Gims, classeur Covid , gestion des formations et droits. des salariés etc...
- Un accompagnement sur les aspects contrôle administratif et obligations de sécurités.

En matière d'ouverture des perspectives

- Des regards croisés avec d'autres entreprises engagées dans la qualité (par forcément du même secteur) pour s'ouvrir et voir comment est mise en œuvre la démarche qualité et pourquoi pas faire ressortir des "idées " ou "bonnes pratiques" qui pourraient s'appliquer également au camping
- Pourquoi pas proposer de la prospective avec des sociologues, des conférences avec des personnes qui analysent les événements et leurs impacts sur le monde du tourisme de demain
- Animation de brainstorming en groupe pour le camping qualité de demain.
- L'ouverture à l'Europe



Les adhérents

Synthèse

S'ils sont passionnés par leur métier, les gestionnaires de camping n'en décrivent pas moins un métier difficile

- Ils dépeignent un rythme de travail très soutenu, de multiples tâches à assurer, des responsabilités et un stress pouvant peser
- Mais ils apprécient la liberté de décision, la richesse qu'apporte cette diversité de tâches et bien sûr le contact avec les clients
- La moitié des interviewés jugent le métier plus difficile ces dernières années, notamment les plus âgés
 - Une difficulté expliquée en grande partie par le poids des contraintes réglementaires et administratives et les difficultés liées au recrutement du personnel
 - L'évolution de la clientèle et de la relation client est également largement évoquée
- Face à l'avenir, la majorité des interviewés se dit "relativement serein", les plus âgés étant les moins affirmatifs à cet égard

Les raisons d'adhésion à Camping Qualité sont de plusieurs ordres

- La grille et l'audit qualité en tant qu'outil de travail constitue un véritable levier, notamment pour les nouveaux adhérents
- Mais ce sont également les aspects commerciaux...
 - Le fait de pouvoir mettre en avant le label auprès des clients
 - La possibilité d'être référencé sur le site de réservation
- ... et les dimensions de réseau et de partage qui jouent un rôle important

Une adhésion jugée satisfaisante, même si l'enthousiasme reste mesuré

- **Plusieurs aspects sont très bien perçus : la relation avec l'équipe, les webinaires proposés, ainsi que les informations délivrées**
- **Mais deux dimensions peuvent peser sur la perception globale :**
 - la valorisation auprès du grand public qui représente un point faible pour une grande partie des adhérents
 - mais également les apports de Camping Qualité en termes d'accompagnement et de progression

Les formations proposées sont perçues comme tout à fait bienvenues...

- **Des formations relativement bien connues par les adhérents et qui suscitent un réel intérêt**
 - Plusieurs points d'attention sont toutefois soulignés dans les entretiens :
 - la nécessité de proposer des contenus vraiment spécifiques au camping
 - une attention à porter au coût, qui peut représenter un frein
 - et pour certains d'entre eux, la difficulté de se rendre disponible sur plusieurs jours

... et en phase avec la nouvelle orientation de Camping Qualité

- **Un nouvel élan perçu positivement, notamment à travers**
 - Une communication qui commence à porter ses fruits, même si elle reste insuffisante
 - Les webinaires qui sont grandement appréciés depuis la crise Covid
 - La stratégie de professionnalisation adoptée



Les gestionnaires semblent entretenir aujourd'hui une relation relativement distanciée avec Camping Qualité, le niveau de satisfaction peu affirmé en est une illustration.

Face aux difficultés accrues auxquelles les gestionnaires doivent faire face, Camping Qualité a pourtant les moyens de devenir un véritable partenaire allant bien au-delà de la simple certification ou de l'aide à la commercialisation.

Les gestionnaires sont d'ailleurs demandeurs d'accompagnement et se montrent tout à fait réceptifs à l'offre de formation proposée. Ils voient d'un œil positif les évolutions récentes et ont particulièrement apprécié les webinaires, perçus à la fois comme source d'informations et lieu d'échange entre collègues.

A la lumière de ces retours, quelques axes de travail/réflexion peuvent être mis en avant pour l'équipe de Camping Qualité :

Poursuivre les efforts en matière de communication auprès du grand public

Développer un sentiment d'appartenance, de "communauté" en développant les échanges entre adhérents

Développer l'offre d'accompagnement en étant vigilant à ne laisser personne "derrière"

Développer, dans la mesure du possible, la personnalisation des contenus et de la relation

Et garder votre dynamisme et votre bonne humeur, grandement soulignés et appréciés !



06 84 90 58 65
corinne.plays@cpa-etudes.fr

www.cpa-etudes.fr