Une assemblée bien attentive pour ces Assises bretonnes.

ASSISES DE L'UNION BRETONNE

Riches en informations !

Un tiers de rappels réglementaires (ce ne sont pas les sujets qui manquent !), un tiers de vie syndicale avec appels à la vigilance sur les mobile-homes, un tiers de commercialisation pour se protéger face aux OTA. Ainsi se composait le cocktail revitalisant de ces Assises bretonnes, dont les participants sont repartis bien informés.

Le premier intervenant de ces Assises, maître Cyril Repain, était chargé de rappeler les règles et la jurisprudence en matière d'information du consommateur, de sécurité des équipements et de contrat de location. Il précisa notamment que *« tous les prix du camping doivent faire l'objet d'un affichage à l'entrée et à l'accueil »*, et que *« pour les commerces annexes comme le bar, le restaurant ou l'alimentation, ce sont les réglementations spécifiques à ces activités qui sont applicables » ;* il préconisa d'afficher les prix les plus élevés quand on pratique le *yield management.* Pour le contrat loisirs, il rappela que le droit d'entrée devait être prévu au contrat et trouver des contreparties en termes de prestations fournies au client. Concernant la jurisprudence sur l'interdiction de la sous-location, il précisa que si les juges acceptent l'interdiction lorsqu'elle porte sur l'emplacement, ils la condamnent lorsqu'elle porte sur la résidence mobile, considérant qu'il y a alors atteinte au droit de propriété du client.

Où ?
Au Centre des congrès de Dinan (Côtes-d'Armor).
Quand ?
Les 3 et 4 février.
Combien ?
Environ 80 participants.

Autre question à l'ordre du jour : l'accessibilité. Le consultant Frédéric Dumez évoqua l'assouplissement dans la mise aux normes devant être annoncé dans les prochains jours par le Premier ministre à travers l'agenda programmé d'accessibilité. En déposant avant le 31 décembre 2014 un planning des travaux, on pourrait bénéficier d'un délai d'au moins trois ans pour réaliser ces travaux. Le consultant souleva aussi quelques points qui devront faire l'objet d'évolution : *« Dans l'état actuel des textes, 100% des emplacements d'un camping doivent être accessibles ; les cheminements extérieurs doivent disposer d'un éclairage de vingt lux, ce qui correspond à l'éclairage d'une voie publique. Autant de points qui montrent la nécessité d'adapter les textes au camping. »* Frédéric Dumez démontra, par des photos et croquis, comment adapter la signalétique, le stationnement, les cheminements extérieurs, les sanitaires. Interrogé sur le coût d'un diagnostic pour un camping, il ne put s'avancer que sur celui de ses propres prestations : *« Comptez 600 à 800 € selon le camping et les services. »*

Les patrons de camping changent

La matinée du deuxième jour fut consacrée à l'assemblée générale avec ses rapports statutaires et les interventions de quelques partenaires. Le président régional, Nicolas Dayot, à l'occasion du rapport d'activité, présenta

ATTENTION À NOS COMPORTEMENTS AU QUOTIDIEN QUI INFLUENCENT NOTRE IMAGE AUPRÈS DES POUVOIRS PUBLICS

ACTUS P 16 A 19.indd 18 07/03/2014 14:40:04

les données chiffrées du parc de campings adhérant de l'UBHPA (mode de gestion, propriété du foncier, types d'hébergements, emploi), soulignant quelques aspects rarement évoqués : *« Les campings gérés par les familles les ayant créés ne pèsent plus que pour 29%. Une bonne part des adhérents ont racheté leur camping récemment : 27% entre 2001 et 2010, et 11% depuis 2011. La part des emplacements nus (52%) reste importante. En matière d'emploi, les CDD courts sont majoritaires : 1 647 contrats de moins de trois mois ; toutefois, les 379 CDD de plus de cinq mois pourraient, sans surcoût grâce au dispositif du CDI emploi-formation, venir gonfler les rangs des 525 CDI actuels. »*

Puis, dans son rapport moral, le président a ainsi décrit le contexte : *« Après le déroulement de la saison 2013, nous ne sommes pas rassurés pour 2014, ce qui nous freine dans nos investissements. Mais notre frilosité à investir est aussi liée à la pression administrative et à la complexité qui ne fait que se renforcer. »* Il a ensuite lancé plusieurs appels à la vigilance. *« Attention à nos comportements au quotidien qui influencent notre image auprès des pouvoirs publics. Nous devons jusqu'au bout tenir les engagements pris par notre Fédération nationale en matière d'insertion paysagère. Sinon comment lutter de manière crédible contre les attaques sur les résidences mobiles ? »* Pour illustrer ces attaques, le président a cité deux exemples : le règlement du PLU de Quiberon en cours d'approbation qui interdit les RML et les HLL dans les zones campings ; un récent rapport sénatorial qui s'inquiète du durcissement du camping et préconise de ne pas accepter de nouveaux mobile-homes en zone littorale.

Crédibilité et vigilance

Nicolas Dayot a également demandé à ses collègues d'être vigilants sur les projets d'implantation d'aires de camping-cars ou de forfaitisation de la taxe de séjour, ainsi que sur les activités paracommerciales, et de remonter les informations à leur syndicat. Sur le paracommercialisme, Éric Chatelier, secrétaire du syndicat d'Ille-et-Vilaine, a relaté les résultats d'un travail engagé avec la préfecture : *« En contrepartie de notre respect de la réglementation, le préfet a pris des mesures de fermeture contre des établissements non déclarés, convaincu par nos arguments sur les risques quant à la sécurité des usagers de ces structures. »*

Jessica Viscard, du CRT Bretagne, a présenté le panorama de l'offre et de la demande de l'hôtellerie de plein air bretonne en 2013. La part des établissements non privés reste importante en Bretagne (36% contre 31% pour la France). Trois pays du sud Bretagne (Cornouaille, Auray et Vannes) concentrent à eux seuls 60% des nuitées. La Bretagne est la seule des grandes régions touristiques littorales à avoir connu une baisse du nombre de nuitées : - 1,8% en dix ans. Jessica Viscard se livra ensuite à un bilan de la saison 2013. Son annonce d'une progression du nombre de nuitées de 10,3% par rapport à 2012 déclencha de vives réactions dans l'assistance de professionnels qui ne se reconnaissaient pas dans ces chiffres. Maud Le Louerou, chargée de mission Vélo routes et voies vertes au CRT, présenta le marché du tourisme à vélo et la marque nationale Accueil vélo. Nicolas Dayot a formulé le vœu que de nombreux campings bretons demandent et obtiennent ce label.

Nicolas Olliveau de la Falsab (Confédération des sports et jeux traditionnels de Bretagne) a fait le point sur l'opération lancée il y a un an et visant à l'utilisation des jeux bretons dans l'animation des campings. En 2013, trente campings ont fait l'acquisition d'un kit de jeux. L'objectif est de doubler ce nombre en 2014. Nicolas Dayot a souligné l'intérêt de cette démarche.

OTA : garder la main

Après le déjeuner, Thomas Yung, référenceur Web, est intervenu sur le thème « Comment protéger son indépendance face aux OTA ? » Après avoir listé les raisons du succès de Booking (rapidité de mise en œuvre du partenariat, simplicité d'utilisation, paiement au résultat, visibilité planétaire), le spécialiste s'est attaché à en souligner les inconvénients, démontrant qu'au-delà de la question de la commission, il y avait risque d'une prise de contrôle du camping par le distributeur. Un risque qui découle des exigences et des pratiques de Booking : interdiction faite au camping de vendre moins cher, achat par Booking du nom commercial pour le référencement, pollution du référencement naturel, de la géolocalisation et de l'e-réputation, cannibalisation de la clientèle qui réservait en direct, interdiction faite au camping d'utiliser les coordonnées des clients ayant réservé par Booking pour des opérations de communication ou de commercialisation. Face à ces pratiques, Thomas Yung a proposé des pistes pour que les campings puissent garder la main (cf. notre encadré). ✤

OTA : les conseils de Thomas Yung

- Faites l'éducation des clients : les OTA ne voient jamais le client, alors que vous l'avez en face de vous. Profitez-en pour passer des messages : *« La prochaine fois, réservez en direct »…* *« La réservation en direct, c'est plus de disponibilités, de choix, d'avantages. »* Expliquez où va l'argent des OTA et montrez que réserver en direct, c'est plus éthique.

- Saisissez-vous de l'effet « Bilboard » : 15% des consommateurs passant par les OTA recherchent le producteur en direct. Sous-optimisez les fiches de renseignements chez l'OTA pour amener le client à se poser des questions et à vous joindre pour obtenir les réponses.

- Protégez votre nom commercial : si possible déposez-le à l'INPI, puis revendiquez près de Google votre droit exclusif à son utilisation.

- Ne renvoyez pas le client sur Internet quand vous l'avez au téléphone : finalisez la réservation.

- Optimisez votre site Internet : signalez-le comme étant le site officiel, mettez en avant votre numéro de téléphone, décrivez de manière claire et synthétique votre camping avec ses forces, martelez vos avantages, donnez de l'importance aux photos, humanisez la relation, offrez le meilleur prix en direct, donnez des avantages comme le Wi-Fi gratuit ou un bon d'achat à dépenser en extra aux clients qui réservent en direct.

- Diffusez du contenu d'actualité et du lien avec les internautes au travers d'un blog ou d'une page Facebook.

Ils ont dit

Isabelle et Michel GUÉRIN,
***Les Hauts de Port Blanc*, ★★★, 123 emplacements, Penvénan (Côtes-d'Armor)**

L'idée d'utiliser les jeux bretons dans l'animation présentée lors des Assises 2013 nous a séduits. Les clients ont envie de découvrir la culture bretonne, c'est intéressant de la partager avec eux. Nous avons fait l'acquisition de cinq jeux. Nous programmons des séances d'initiation. Au départ, personne ne sait jouer. En dehors de ces initiations, nous mettons les jeux à disposition à l'accueil avec leur mode d'emploi. Nous avons investi 400 € d'achat de ces jeux, et projetons d'investir dans deux jeux sur table.

ACTUS P 16 A 19.indd 19 07/03/2014 14:40:07