Welcome
SÉCURITÉ ET SERVICES

Le guide pratique

DEVENEZ CONCESSIONNAIRE

REJOIGNEZ LA COMMUNAUTÉ Welcome

LES CAMPINGS AUTOMATISÉS POUR CAMPING-CARS,
AUTOMATISEZ ET RENTABILISEZ L'ESPRIT LIBRE !

Sommaire

QUI SUIS-JE ? 2

QUI SOMMES-NOUS ? 3

QUEL EST NOTRE OBJECTIF ? 4

QUELLES SONT NOS VALEURS ? 5

LA CHARTE 5

QUE NOUS DIT LE MARCHÉ DU CAMPING-CAR ? 6

POURQUOI « WELCOMISER » VOTRE INSTALLATION ? 9

COMMENT « WELCOMISER » VOTRE INSTALLATION ? 9

A QUOI RESSEMBLE UNE AIRE WELCOME ? 10

QUELLES SONT LES FONCTIONNALITÉS D'UNE AIRE WELCOME ? 11

QUI SUIS-JE ?

Je suis né en 1962. Automaticien de formation, j'ai fait ma carrière dans l'industrie en grande partie, dont une dizaine d'années à l'étranger, ce qui m'a permis d'observer beaucoup de cultures différentes, de m'inspirer, de parler quatre langues, pour finir après 20 ans d'activité en entreprise comme chef de projet / chargé d'affaires.

Le pas était donc facile à franchir pour monter ma propre société et me frotter au monde de l'entreprenariat. J'ai été pendant quinze ans franchisé dans le premier réseau français de diagnostiqueurs immobiliers.

Mes loisirs ont toujours été en premier lieu le voyage, et en second lieu la création de structures d'accueil pour touristes (gîtes, chambres d'hôtes, appartements Airbnb). Touche à tout techniquement, passionné par la création et la gestion de projet, je me suis dis que ce projet arrivait à point nommé comme la synthèse de mes rêves et de mes compétences.

Encouragé par mes amis, j'ai donc pris le pilotage du projet et créé la marque **Welcome Sécurité et Services**. Nous avons ouvert notre première aire le 10 juillet 2019 sur le site touristique de Payolle (Campan 65710), dans la zone pastorale des IV Véziaux, au pied du col d'Aspin.

Pour cela, nous avons converti le camping vieillissant du secteur en site prototype de la marque **Welcome**, où nous exploitons désormais l'aire telle que nous l'avions imaginée.

QUI SOMMES-NOUS ?

L'équipe **Welcome**, ce sont tout d'abord des passionnés de camping-car, de différentes générations et compétences, qui ont tous fait le même constat : l'offre de stationnement des camping-cars n'est absolument pas adaptée au marché, en France comme à l'étranger.

Tous amis de très longue date, nous avons décidé d'imaginer ce qui nous conviendrait le mieux. Certains étaient fans des aires automatiques où l'on peut arriver et repartir à n'importe quelle heure, et tant pis si on est les uns sur les autres, bien souvent sur du bitume, et tant pis s'il n'y a pas de service (nos camping-cars sont pour la plupart équipés de WC et de douche, et disposent d'une autonomie en énergie suffisante lorsqu'on se déplace tous les jours).

D'autres étaient plutôt adeptes des campings traditionnels où tous les services sont souvent disponibles, mais à un budget plus élevé et pas toujours ouverts hors saison.

Enfin, les derniers regrettaient le temps béni où comme à l'époque du camping sauvage, interdit depuis 50 ans maintenant, on pouvait stationner n'importe où dans la nature, tendance qui tend à disparaître sous la pression du nombre de camping-cars en circulation et de la réglementation.

A force d'échanges, l'idée nous est donc venue de définir ce que serait pour nous l'aire idéale :

> placée dans un site digne d'intérêt (nature, sport, culture, patrimoine),

> respectueuse de l'environnement au sens pragmatique du terme,

> accessible H24 365 jours par an à tous types de véhicules (fourgons, camping-cars classiques, avec ou sans remorque, poids lourds),

> confortable, avec des emplacements plats et délimités d'au moins 5,5 m de largeur pour pouvoir déplier son store, sortir sa table et ses chaises,

> où l'on puisse recharger électriquement son véhicule si on veut rester stationnaire pendant plusieurs jours, mais où l'on peut conserver la liberté de ne pas se brancher (et donc ne pas payer),

> où l'on puisse vidanger ses eaux grises et noires et remplir en eau aisément,

> où l'on puisse laver et sécher son linge sans perdre une après-midi dans une laverie,

> où l'on puisse avoir accès à des sanitaires dignes de ce nom (WC et grandes douches),

> où notre véhicule serait surveillé quand on part en promenade,

> où nos animaux de compagnie seraient les bienvenus,

> où l'on pourrait réserver à l'avance pour planifier nos voyages, mais où l'on pourrait aussi arriver à l'improviste et s'enregistrer aisément,

> où le budget serait raisonnable,

> où l'accueil des camping-caristes de toute nationalité serait facilité,

> où toutes les informations touristiques seraient disponibles sur place,

> où l'on pourrait rester connecté avec nos proches via Internet et une connexion de qualité,

> où tous les clients adhéreraient à une charte de bonne conduite du camping-cariste responsable jusqu'à créer une communauté de personnes.

De la définition d'un besoin à la transformation de ce besoin en projet, restait à prendre les choses en main.

QUEL EST NOTRE OBJECTIF ?

Nous voulons devenir une des réponses à la problématique de stationnement des camping-cars en France et en Europe. Positionnés sur une offre plutôt haut de gamme, qui n'existe pas aujourd'hui, alors que le marché est très dynamique et l'appelle de ses vœux, nous voulons offrir à nos clients une offre répétable et homogène comprenant de la sécurité et surtout un maximum de services, le tout pour un budget raisonnable.

Le besoin en infrastructures d'accueil des camping-cars n'est pas à démontrer, c'est une évidence. La particularité de ce marché, est qu'il est moins saisonnier que le camping traditionnel et génère de l'activité toute l'année, même si on constate une saisonnalité et une météo-dépendance.

Pour proposer une offre répétable, il faut appliquer la même méthode que McDonalds par exemple : on industrialise le processus, on s'appuie sur une solution quasi unique que l'on adapte juste aux circonstances, de telle sorte que le client se reconnaisse partout chez lui, même en changeant de site. On le rend fidèle, voire addict à notre solution.

C'est ainsi qu'on fait naître une communauté de gens autour d'une solution, d'un concept, de valeurs, qui se reconnait et s'apprécie sans se connaître, par son simple choix de venir chez nous.

Notre idée est donc de créer également une communauté de concessionnaires **Welcome**, qui partagent les mêmes valeurs et le même enthousiasme que nous, à qui nous voulons garantir tout d'abord des revenus tout au long de l'année, mais au-delà de cela, donner l'opportunité d'intégrer une seconde famille, professionnelle et humaine.

QUELLES SONT NOS VALEURS ?

Nos valeurs sont décrites dans la charte **Welcome**, que ce soit pour nos clients mais aussi pour nos concessionnaires. Notre expérience d'exploitant montre une quasi-totale adhésion de nos clients à ces principes.

LA CHARTE

Devenir client, c'est implicitement adhérer à la charte :

> En devenant client, je rejoins la communauté Welcome, ses principes et ses valeurs.

> Je m'engage à libérer mon emplacement à la réservation dès que je quitte une aire pour en faire profiter les membres de la communauté.

> Je m'engage à maintenir propres tous les équipements mis à ma disposition.

> Je m'engage à respecter les emplacements qui me sont affectés.

> Je m'engage à ne pas abuser de la ressource en eau.

> Je m'engage à gérer mon animal de compagnie, en ramassant ses déjections et en évitant qu'il perturbe la quiétude des lieux.

> Je m'engage à être le moins bruyant possible.

> Je m'engage à donner mon avis constructif à la communauté autant que faire se peut.

> Je m'engage à avoir un comportement exemplaire dans la commune.

> Je m'engage à faire travailler prioritairement les commerçants de la commune.

> Je m'engage à informer Welcome de tout incident rencontré sur l'aire ou dans la commune.

Être gestionnaire, c'est impérativement :

> Apporter un maximum de services de qualité sur nos campings automatisés.

> Garantir sécurité, tranquillité et propreté.

> Garantir une localisation digne d'intérêt.

> Faciliter la gestion des réservations.

> Optimiser l'intégration paysagère de nos aires.

> Avoir une démarche de développement durable permanente.

> Répondre à toutes les sollicitations en moins de 30 minutes.

> Proposer un accueil téléphonique bilingue.

QUE NOUS DIT LE MARCHÉ DU CAMPING-CAR ?

Le marché Européen des véhicules récréatifs connaît une croissance prévisionnelle de 11,4 % sur les 5 prochaines années[1]

Quelques chiffres clés[2] :

- Camping-cars en France : 505 000 camping-cars en circulation pour 1,4 millions d'adeptes
- Camping-cars en Europe : 2 millions de camping-cars en circulation pour 5 millions d'adeptes
- Immatriculations neufs année 2018 : + 12 % (23 878 unités)
- Immatriculations occasion année 2018 : - 2,4 % (55 884 unités)
- 5 430 lieux en France pour accueillir les camping-cars[3] : aires communales, aires privées, campings, aires de stationnement.
- 7 % des communes sont équipées d'une aire de services.
- 54 % des camping-caristes sont français et 46 % sont étrangers (99 % sont originaires de l'Union Européenne).

Camping-caristes français en séjour en France[2] :

- Couples : 72 %
- Familles : 23 %
- Âge moyen : 59 ans
- Taille du groupe : 2,5 personnes
- Durée moyenne d'un séjour : 25,4 jours
- Propriétaires du véhicule : 90 %
- Préférence de stationnement de nuit : aire
- Durée moyenne des séjours : 25,4 jours
- Durée moyenne des haltes : 3,5 nuits
- Budget carburant et péages par camping-car (€ TTC) : 310 €
- Budget journalier par personne (€ TTC) : 15,50 €

Type de camping-cariste

- 85 % familier
- 15 % occasionnel
- 50 % des conjoints sont en retraite
- 13 % sont chefs d'entreprise, prof. libérales, cadres supérieurs
- 10 % sont prof. intermédiaires (agent de maitrise, technicien)
- 22 % sont employés, ouvriés
- 6 % sont autres, inactifs (sans activité, étudiant)
- 80 % des acquéreurs sont sans enfants à charge

Destinations préférées en France :

- Bretagne : 46 %
- PACA : 15 %
- Aquitaine : 15 %

Destinations préférées à l'étranger :

- Espagne : 30 %
- Italie : 21 %
- Portugal : 12 %

Comportement :

- 4 camping-caristes sur 5 fréquentent les structures privées au moins 2 fois par an.
- 23 % vont rarement dans les terrains de camping
- 10 % n'y vont jamais
- La majorité des séjours s'effectue sur les mois de juillet et d'août : 62 % des nuitées.
- 80 % des camping-caristes français se rendent dans les Offices de Tourisme.
- Depuis 2017, forte progression de l'utilisation d'applications dédiées telles que Park4Night, CaraMaps et autres pour le choix des lieux de stationnement.

[1] source Mordor Intelligence, 2022
[2] Source : FFEC, 2017
[3] Sources : Guide des aires de services, 2019

Activités et attentes :

> Patrimoine et terroir
> Randonnée et baignade
> Qualité de l'information
> Qualité de l'accueil
> 51 % suivent le Tour de France
> 30 % se rendent sur les foires, concerts, festivals et grands spectacles
> 68 % des camping-caristes vont dans les campings et les PRl (Parc Résidentiel de Loisirs), majoritairement les plus de 50 ans
> Avant 2017, 42 % des camping-caristes, pour la plupart des 18-35 ans, préféraient aller en dehors des lieux prévus pour le stationnement mais suite à l'application des réglementations locales, ce chiffre est en baisse constante .

La problématique de la COVID-19 et les tendances de 2020

Ci-dessous une étude plus récente (juin 2020), faisant apparaître la COVID-19 comme un accélérateur du marché du camping-car.

A noter que si les campings ont longtemps été fermés, les aires de camping-cars ont été réouvertes dès le premier jour du déconfinement de mai 2020.

YouGov s'est associé à *Businesscoot* pour réaliser une étude dédiée au marché du camping-car en France. Sur la base de ce partenariat, plusieurs tendances majeures ont pu être isolées.

Un potentiel de croissance encore important en France

Bien qu'il s'agisse du second marché en Europe, le marché français du camping-car est 2 fois inférieur au marché allemand.

Il croît de plus de 10 % par an et dépasse les 1,5 milliard d'euros selon les estimations du cabinet d'études de marché *Businesscoot*.

L'enquête révèle que parmi ceux qui ne sont jamais partis en vacances en camping-car, 31 % envisagent de le faire un jour.

La majorité de ceux qui ne sont jamais partis en vacances en camping-car (56 %) évoquent le manque d'opportunité comme la principale raison au fait qu'ils n'aient jamais tenté cette expérience.

Le potentiel de croissance est donc encore fort sur ce marché où l'on constate qu'il existe une demande importante.

Un élargissement de la cible

Historiquement, les séniors occupent le cœur du marché du camping-car en France.

Cependant, l'étude révèle que les 25 - 45 ans adhèrent également à ce mode de vacances. Avec un fort attrait et un niveau d'utilisation des camping-cars très faible, les ils sont un réservoir de croissance important pour le marché.

Les camping-cars répondent à une volonté des nouvelles générations de se rapprocher de la nature et de choisir des modes de vacances plus écologiques. Si certains profils plus séniors sortent du potentiel de croissance du marché, les blocages traditionnels (confort, style de vacances) sur l'utilisation des camping-cars ont été levés.

La location, un potentiel de croissance important

Traditionnellement, le camping-car est un marché de propriétaires (étude *Business-coot*). Cependant, l'échantillon interrogé montre que la demande pour la location de camping-car est importante. Cette tendance pourrait représenter un levier de croissance pour le secteur.

La COVID-19 est un potentiel accélérateur de la croissance du marché

Enfin, le panel interrogé voit la COVID-19 comme une raison supplémentaire de partir en vacances en camping-car : 47 % considèrent ce mode de vacances plus attractif en raison du contexte sanitaire.

On peut donc raisonnablement anticiper une accélération de la croissance du marché en France.

Conclusion

Les données de cette étude soulignent le potentiel de croissance encore important du marché du camping-car en France.

L'analyse de la demande du marché fait remonter une évolution de la population encline à utiliser un camping-car et en particulier l'attrait fort des jeunes générations attirées par la proximité avec la nature de ce type de vacances.

Enfin, la COVID-19 va probablement accélérer la croissance du marché et permettre aux entreprises du marché de toucher une cible plus large plus rapidement, en particulier grâce à la location.

Méthodologie

Etude Omnibus réalisée du 26 au 28 juin 2020 auprès de 1 002 personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas.

Pour tout cela, vous allez pouvoir vous appuyer sur :

- une équipe, constituée de Patrick (chef de projet), Philippe (informatique), Aurore (graphisme et marketing), Sébastien (études VRD et implantation), Pierre (études électriques), Florence (juridique), Jean-Marc (financement), Sébastien (assurance), Sophie (signalétique), ainsi que nos partenaires fournisseurs d'équipements
- votre propre réseau local d'électriciens, de terrassiers le cas échéant, de maçons et divers autres prestataires
- un site prototype situé à Payolle où vous allez pouvoir venir voir la solution technique mise en place, vous former à la gestion de la partie opérationnelle (informatique), prendre des idées de services complémentaires
- une assistance technique en trois langues (hotline), assurée par **Welcome**, pour répondre aux appels techniques de vos clients
- un contrat de concession vous garantissant nos services et définissant nos modes de fonctionnement et de rémunération

POURQUOI « WELCOMISER » VOTRE INSTALLATION ?

Vous disposez d'un camping et vous souhaitez nous rejoindre, afin :

> de rentabiliser votre site tout au long de l'année en captant une clientèle annualisée, en optimisant vos coûts sur la saison haute et en créant une clientèle sur la saison basse.

> d'augmenter vos revenus, même en baissant vos tarifs haute saison pour les seuls camping-cars, en augmentant votre période d'ouverture

> d'augmenter vos marges en automatisant les entrées/sorties des camping-cars, ce même en haute saison (moins de personnel d'accueil nécessaire)

> de gérer à distance votre outil de production à moindre coût, avec juste une personne en relais sur place

> d'augmenter le niveau de satisfaction global de vos clients et vos avis sur les divers médias (Google et Park4Night entre autres)

> de vous diversifier, en ciblant une clientèle dédiée sur un marché en pleine expansion

> de bénéficier de notre expérience et notre savoir-faire dans la mise en œuvre du projet

> de vous appuyer sur une technologie qui fonctionne et qui fait l'objet d'améliorations permanentes

> de vous appuyer sur une équipe de communication qui va vous mettre personnellement en valeur sur tous les types de médias utilisés par les camping-caristes (magazines, applications)

> de profiter de la clientèle Welcome IV Véziaux acquise, qui plébiscite le concept et attend impatiemment l'ouverture de nouvelles aires en France et en Europe.

COMMENT « WELCOMISER » VOTRE INSTALLATION ?

Le processus de « **Welcomisation** » est le suivant :

> la visite de votre installation et l'étude de faisabilité technique et financière de votre adaptabilité au concept **Welcome** (ensemble)

> les arbitrages techniques et financiers menant à une proposition de notre part pour la Welcomisation d'une partie de vos installations (ensemble)

> l'évaluation des risques administratifs et techniques (ensemble)

> l'évaluation des coûts et la production d'un devis (fournitures et assistance à la pose ou clés en main)

> le business plan via l'étude des recettes potentielles (ensemble)

> l'étude éventuelle de son financement, avec ou sans notre partenaire (vous)

> la signature du contrat de prestation (ensemble)

Phase de réalisation terrain du projet :

> les études topographiques si nécessaire (Vous)

> l'étude d'implantation **(Welcome)**

> les démarches administratives (Vous)

> les études électriques **(Welcome)**

> l'approvisionnement des équipements **(Welcome)**

> les contrats de prestations (Vous ou **Welcome**)

> le chantier (vous avec notre supervision ou **Welcome**)

> la mise en service (ensemble)

> la formation à la gestion du site (ensemble)

> la contractualisation d'une personne d'entretien (ménage sanitaires et interventions ponctuelles en cas d'absence du gestionnaire)

> la signature du contrat de concession

> la mise en exploitation du site

Le temps estimé de ces différentes étapes est de trois mois, fonction de la disponibilité de vos prestataires.

> l'inauguaration du site en présence de la presse spécialisée, la presse quotidienne régionale et éventuellement les élus

> l'information sur les réseaux sociaux **(Welcome)**

A QUOI RESSEMBLE UNE AIRE WELCOME ?

Tout d'abord, une aire **Welcome** c'est un camping automatisé pour camping-cars. C'est une installation respectueuse tant que faire se peut de l'environnement. Nous privilégions la grave plutôt que le bitume, les gabions plutôt que les blocs béton, l'eau chaude solaire plutôt que l'eau chauffée au gaz, les bornes escamotables plutôt que les barrières, et exigeons une zone de collecte des déchets avec tri sélectif.

Une aire **Welcome**, ce sont des **emplacements** plats, végétalisés, équipés de bandes de roulement pour éviter l'enlisement, ombragés quand cela est possible, de longueur variable pour accueillir tout type de camping-car, d'une largeur minimale de 5,5m, bien délimités et parfaitement identifiés.

C'est ensuite **une borne d'accueil appelée totem**, située dans un local abrité accessible H24/365 qui permet de s'enregistrer aisément, même sans être un expert en informatique. L'obtention de son code d'accès se fait en quelques clics sur un écran tactile traduit en différentes langues et le paiement s'effectue par carte bancaire, chèques vacances ou en espèces moyennant une intervention extérieure (qui peut être distancielle et non présentielle).

Le **tarif de la nuitée est fixe** et uniquement dépendant de la saison (HS/MS/BS). La gestion se rapproche de celle d'un hôtel plus que de celle d'un camping, et nécessite donc moins de ressources.

C'est enfin une aire où **tous les services sont disponibles**, de l'aire de vidange et remplissage à la laverie, au WIFI, aux sanitaires avec douches, WC et postes de vaisselle, un poste de lavage de vélos, un distributeur automatique de boissons, friandises, lessive et autres produits.

Aspect du totem Welcome

QUELLES SONT LES FONCTIONNALITÉS D'UNE AIRE WELCOME ?

Tous les menus sont traduits en cinq langues.

Réservation d'un emplacement

> **Via notre site Internet**, commun à toutes les aires Welcome

- jusqu'à un an à l'avance
- le client indique ses coordonnées, sa date d'arrivée, sa durée de séjour, la taille de son camping-car, s'il a une remorque, et le nombre prévu d'adultes présents (pour la taxe de séjour uniquement)
- le client règle en ligne sur son ordinateur ou son téléphone, par CB ou Paypal
- son code d'accès et son numéro d'emplacement lui sont envoyés par email et par SMS
- il peut à tout moment changer d'emplacement, tant qu'il y en a de disponibles
- il se présente le jour prévu, tape son code sur le portier d'accueil et la borne s'ouvre
- à ce moment précis, s'il a choisi un emplacement avec électricité, la prise électrique correspondante est alimentée[1]
- s'il a choisi un emplacement sans électricité, le logiciel lui affecte un emplacement sans borne électrique à disposition (prairie à placement libre ou emplacement non électrifié)[1]
- une fois sur place, il peut à tout moment effectuer une prolongation, dans la limite des places disponibles, sans limitation de durée

> **Via le totem situé dans le local d'accueil** (dédié à **Welcome** et accessible H24/365)

- Le client indique ses coordonnées, le nombre de nuitées qu'il compte passer sur site, la taille de son camping-car, s'il a une remorque, et le nombre prévu d'adultes présents (pour la taxe de séjour uniquement)
- Il choisit s'il veut ou non être raccordé électriquement, le tarif s'ajustant automatiquement[1]
- S'il a choisi un emplacement sans électricité, le logiciel lui affecte un emplacement sans borne électrique à disposition (prairie à placement libre ou emplacement non électrifié)[1]
- le client règle sur le lecteur de carte bancaire ou par chèque bancaire, chèques vacances ou en espèces, en appelant le numéro d'assistance pour connaître la procédure
- le totem lui remet son ticket de paiement avec son code d'accès, et lui envoie par SMS
- il se présente à l'entrée de l'aire, tape son code sur le portier d'accueil et la borne s'ouvre
- il peut alors changer d'emplacement, tant qu'il y en a de disponibles (il faut d'abord qu'il soit à l'intérieur du site pour ne pas créer de bouchon à l'entrée de l'aire)

> **par téléphone :** c'est vous qui prenez l'appel, faites la réservation et encaissez en ligne.

[1] en option pour les sites équipés de cette possibilité

Autres fonctionnalités

> à l'aide de son code d'accès, le client accède au bloc sanitaire qui est équipé d'un ou plusieurs portiers selon la configuration des lieux,

> sur le totem, la possibilité est donnée au client de n'acheter que le service de vidange/remplissage. Un code lui est alors vendu valide durant une heure pour effectuer son opération,

> sur le totem, la possibilité est donnée au client de n'acheter qu'un accès au bloc sanitaire (pour prendre une douche par exemple). C'est très pratique pour les sportifs (cyclistes, surfeurs, randonneurs),

> sur certains sites, l'aire peut être utilisée hors saison pour du stationnement journalier uniquement (sans nuitée). C'est le cas des sites enneigés où stationner est compliqué, les déneigeuses poussant la neige sur les aires de stationnement. Le paiement s'effectue à l'heure passée sur place, comme dans un parking classique,

> un accès à Internet via une connexion sans fil WIFI est incluse, le code d'accès étant indiqué sur le ticket après paiement de la nuitée.

Welcome Sécurité et Services SAS
5 résidence Bel Air | 29380 Bannalec
www.aire-cc-welcome2s.fr

Patrick FERDINAND
Tél. 06 82 35 01 63
contact@aire-cc-welcome2s.fr

Welcome Sécurité et Services - SAS - Capital social : 172000 Euros - RCS Quimper B 850461625