

DOSSIER DE PRESSE

Camping-Car Conseil



Camping-Car Conseil

www.camping-car-conseil.com

Relations presse :

Ophélie Perrin
CCC - Camping-Car Conseil
365, avenue des Etats-Unis
31200 Toulouse
05.61.81.38.25

communication@camping-car-conseil.com



Sommaire

1. Communiqué de presse	1
2. Le concept de Camping-car Conseil.....	2
3. Le site Internet	3
4. Le marché du camping-car et la clientèle	3
5. Qui sont les clients du marché de l'occasion ?	5
6. Articles de presse	7
Bibliographie.....	8
Contact	9



1. Communiqué de presse

Le lancement d'un **nouveau concept** arrive en force sur le **marché de la vente de camping-cars de particulier à particulier**. L'enseigne CCC est seule capable de répondre totalement aux attentes des acheteurs, mais également des vendeurs de **camping-cars d'occasion**, qui en France, se comptent par centaines.

Et ce n'est rien de le dire ! Ce sont plus de 47 000 camping-cars d'occasion qui se sont vendus dans notre beau pays en 2010. **Une véritable aubaine, donc !**

Camping-cars Conseil a décidé de se lancer sur ce marché, en proposant sa petite **révolution** : proposer des **camping-cars de particulier à particulier**, en mettant en relation acheteurs et vendeurs, et ce avec toutes les compétences d'un professionnel. L'objectif est double : dans un premier temps, l'entreprise s'engage à tout mettre en œuvre pour vendre en moins de trente jours un véhicule, ce qui permet au vendeur de s'assurer de la vente du camping-car avec plus de facilité et plus de rapidité. Dans un second temps, les clients ont l'opportunité de trouver **des prix très attractifs**, négociés par CCC, qui peuvent aller de **2.000 à 7.000 euros de remise** par rapport au prix concessionnaire.

En outre, **le service proposé par CCC est entièrement gratuit** ! Les vendeurs n'ont aucun frais, ni même les acheteurs, qui paient simplement une commission sur la vente, à l'image de la vente dans le secteur immobilier !

Camping-Car Conseil propose également de nombreux **services annexes**, comme le **financement** des véhicules grâce à des partenariats avec des organismes de crédit, les **réparations**, la **pose d'accessoires** ou encore le nettoyage complet des camping-cars vendus.





Un tout **nouveau concept** est né, qui séduit aujourd'hui de plus en plus d'acheteurs et de vendeurs.

Nous avons l'ambition de devenir une **référence en matière d'achat-vente de camping-cars de particulier à particulier** !

<http://www.camping-car-conseil.com>

2. Le concept de Camping-car Conseil

Le concept de CCC repose sur **quatre valeurs majeures** :

-  le caractère **précurseur en France** de ce concept, dans la vente de particulier à particulier,
-  des **prix justes et compétitifs**,
-  la **simplicité des transactions** entre acheteurs et vendeurs,
-  la **transparence dans la vente** des véhicules vendus (photos et vision panoramique disponible sur le site internet, pas de vices cachés....etc.).

Camping-car Conseil propose avant tout des produits fidèles à leur description, sans aucune surprise pour les vendeurs, et à des prix attractifs. Les vendeurs n'auront eux aucune démarche à faire, et leur véhicule sera vendu sous 30 jours, avec un **paiement immédiat**, reçu directement par l'acheteur. Le **slogan « Partez gagnant ! »** prend alors tout son sens : l'objectif de Camping-Car Conseil est bien de mettre en place une **relation « gagnant-gagnant »** entre l'acheteur et le vendeur.

CCC Camping-Car Conseil permet donc la transaction de camping-cars d'occasion en regroupant les **avantages de l'achat de particulier à particulier** (le prix attractif, paiement direct pour les vendeurs...etc.), **et ceux de l'achat chez un concessionnaire** (les compétences des conseillers, expertise technique du véhicule, prise en charge totale de la transaction, possibilités de financement...etc).

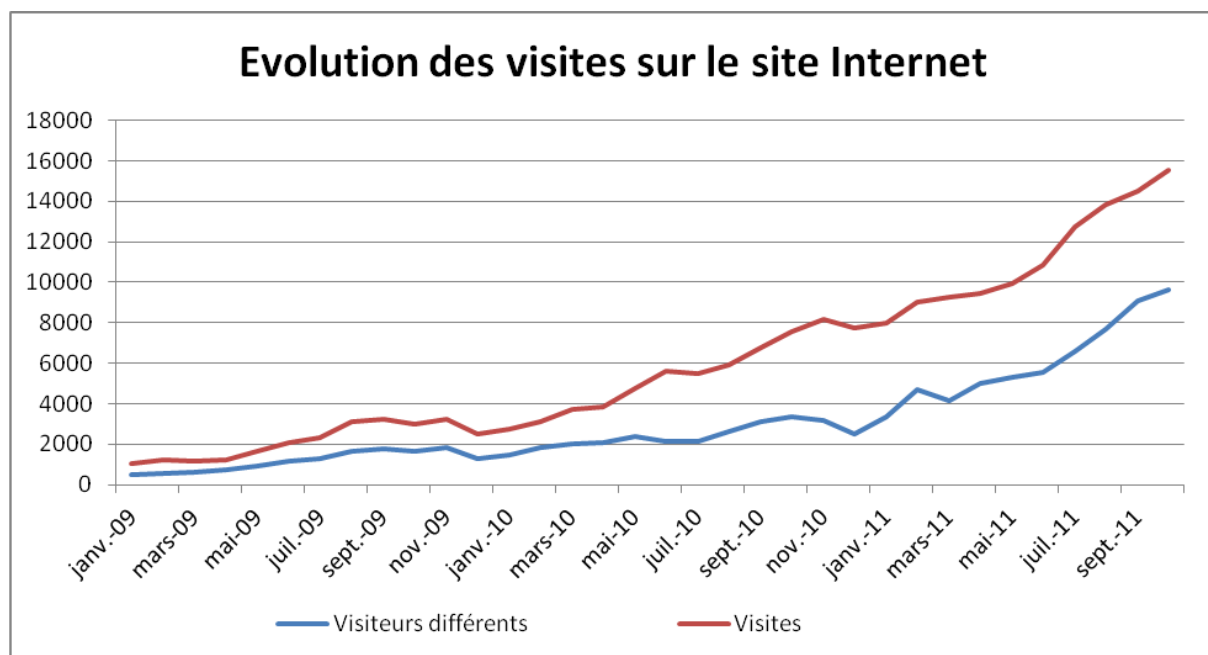
CCC vend tout type de camping-cars de 10.000 à plus 100.000 euros.

Aujourd'hui, trois responsables s'occupent à plein temps de l'activité :

- Xavier BOURGNINAUD est en charge du conseil et se charge également de sélectionner les camping-cars qui seront mis en vente
- Boniek ALVES s'occupe de l'expertise technique et de la pose d'accessoires
- Ophélie PERRIN est en charge du développement marketing et de la communication

3. Le site Internet

Le site web est repensé et retravaillé sans cesse pour répondre au mieux aux attentes des clients. Le nombre de visites est en constante augmentation, ayant progressé de plus de 150 % en moins d'un an (Cf. graphique ci-dessous), graphique qui retrace le nombre de visites que le site www.camping-car-conseil.com a reçu depuis janvier 2009.



Source : Données collectées grâce à Google Analytics

Un espace est dédié aux vendeurs, et un autre aux acheteurs, où sont présents des formulaires de contact. De plus, le site internet possède un avantage non négligeable par rapport aux autres sites de vente de camping-cars. En effet, outre le fait que de nombreuses photographies sont disponibles pour chaque véhicule, une visite panoramique ou « **visite virtuelle** » est effectuée sur chaque camping-cars, et mise en ligne directement le site.

4. Le marché du camping-car

En Europe, le marché des camping-cars est un marché très porteur. Il faut savoir que 167 000 caravanes et camping-cars ont été vendus en 2009 dans le continent, contre 132 644 en 2008¹. Soit une **hausse de près de 26%**, croissance qui s'est poursuivie sur l'année 2010, et qui augmente encore sur l'année 2011.

Quatre types de camping-cars existent sur ce marché : les fourgons aménagés, les profilés, les capucines et les intégraux, plus luxueux.

Il faut savoir que les camping-cars neufs subissent une dépréciation très élevée au cours de la première année (TVA et décote). Le prix d'achat d'un véhicule neuf est relativement élevé, c'est la raison pour laquelle l'achat d'un camping-car d'occasion est très avantageux. A noter que le taux de renouvellement moyen d'un véhicule s'échelonne entre trois et quatre ans.

Le marché du véhicule d'occasion ne subit pas les effets de la crise. Aujourd'hui, les ventes de renouvellement sont reparties à la hausse, ce qui prouve que CCC s'intègre parfaitement dans le marché de l'occasion, marché qui a **progressé de plus de 3% sur l'année écoulée**, et qui a enregistré une hausse de 12,6 % pour le seul mois d'août 2011.

Avec un **parc de près de 600 000 véhicules** en 2010 en Europe, **la France détient le leadership des immatriculations** avec 230 000 camping-cars. Pour accueillir les touristes, la France dispose de près de 4600 aires de stationnement et de services.

Le camping-car est aujourd'hui un produit de substitution aux moyens de transport traditionnels comme l'avion, le train, ou encore la voiture, mais également aux hébergements classiques comme l'hôtel.

De plus, les camping-cars pouvant être conduits avec un permis B représentent 90% des véhicules, ce qui constitue un véritable avantage pour les consommateurs.

¹ Relaxnews, Les caravanes et les camping-cars ont la côte, 8 février 2010. [Relawnews International](#)

5. Qui sont les clients du marché de l'occasion ?

Deux types de clientèles se distinguent clairement sur le marché des camping-cars. En effet, il y a une clientèle de touristes et de vacanciers, puis il y a une clientèle pour qui le camping-car est un logement à plein-temps.

Tout d'abord, parlons de la clientèle de loisirs. La majorité de la clientèle fait partie du segment des retraités. En effet, seul moins de 25% des camping-caristes ont moins de 50 ans. La clientèle est constituée de 60% de couple, et de 40% de familles.

Un utilisateur sur deux provient de la région parisienne, ou de l'ouest de la France.

Ces clients ont un fort pouvoir d'achat, (revenu mensuel moyen de 2800 €) et un niveau d'éducation supérieur à la moyenne.²

Pour résumer, le camping-cariste de loisirs type est un client en couple (92.5 %) et a plus de 50 ans (88 %). Il est en général doté d'un niveau d'étude élevé (20 % ont au moins BAC +3).

Cette clientèle est à la recherche de vacances en toute liberté, leur permettant de réaliser des économies par rapport à des vacances en hébergement et moyen de transport traditionnels.³

D'après Roger Clavaret, directeur marketing du groupe Trigano, le comportement de cette cible a radicalement changé au cours de ces dernières années. En effet, les retraités d'aujourd'hui ont un comportement hédoniste, et ont tendance à dépenser beaucoup plus d'argent dans les loisirs.

Toujours d'après Monsieur Clavaret, les critères d'achat de cette cible sont « d'abord le confort, ensuite la sécurité, et la maniabilité. Nous sommes sur un marché qui demande un produit 'pratique' qui permette d'être utilisé un peu partout, même en ville. La tendance est donc aujourd'hui au compact. Le confort reste la priorité n°1, notamment en termes de couchages. Notre client sénior ne sera pas prêt à sacrifier le confort pour être indépendant. C'est pour cela que nos camping-cars concilient confort et indépendance. Certains de nos

² Manche-tourisme, Les camping-caristes en quelques chiffres (en ligne), 2006. Disponible sur : http://manche-tourism.com/professionnels_tourisme/acteurs-tourisme/documents/marche-chiffres.pdf

³ ADVL, Etude sur les conditions d'accueil de la clientèle camping-cariste en vallée du Loir (en ligne), Janvier 2008. Disponible sur : <http://ddata.over-blog.com/xxxyyy/1/17/46/93/Etude-Camping-cars-ADVL.pdf>

clients ont également des campings car bien mieux équipés en terme d'audio- vidéo que ce qu'ils ont chez eux. »⁴

En ce qui concerne le second type de clientèle, d'autres ont choisi ce mode de vie, et vivent à l'année dans un véhicule de loisirs.⁵ D'après une étude du TNS-Sofres, pour 10% de la population française, vivre dans une caravane ou un camping-car serait le mode de logement idéal.⁶

Il semble enfin que la crise ait joué un rôle important dans l'expansion de ce segment de clients. En effet, de nombreuses familles ou de couples de retraités se sont retrouvés dans des situations financières telles qu'ils n'ont plus eu la possibilité d'assumer un loyer. Le camping-car s'est présenté comme le meilleur moyen de ne pas vivre dans la rue, sans avoir à payer les frais importants d'une maison ou d'un appartement.

⁴ La Marche des Seniors, Roger Clavaret " La tendance des campings cars est aujourd'hui au compact. " (en ligne), 30 septembre 2008. Disponible sur :

http://www.fredericserriere.com/Strategie_Marketing/campings_cars_chausson-10242---2.html

⁵ CREUSOT F., L'aire réservée aux camping-cars affiche presque complet. Surprenant en cette saison ? Pas forcément., 28 février 2010, L'Est Républicain

⁶ TNS-SOFRES, Les Enjeux du Quotidien : les Français et le logement idéal (en ligne), 05 décembre 2010.

Disponible sur : <http://www.tns-sofres.com/espace-presse/news/0552144603F646CD9D6C9DE317655B4F.aspx>

6. Articles de presse



Xavier Bourginaud,
www.camping-car-conseil.com :

« Eviter les financements sur 144 mois car pendant les 5 premières années, vous ne remboursez que des intérêts. Si vous revendez votre camping-car avant 5 ans, ce dernier aura perdu de la valeur et vous, vous n'aurez remboursé que des intérêts. Eviter également d'acheter un camping-car sans un apport minimum de 20% du montant total, histoire de ne pas dépasser les 120 mois d'emprunt. Un camping-car ne doit pas devenir une contrainte ».

ESPRIT
CampingCar

QUELQUES CONSEILS EN PLUS :

Le camping-car ne doit pas devenir une contrainte

N'achetez pas votre premier camping-car d'occasion en étant seul. Si vous ne vous y connaissez pas surtout. Vous oublierez sans doute de vérifier certains points techniques préjudiciables pour la suite.

- Soyez déterminés et n'hésitez pas à négocier les prix.
- Si vous achetez un camping-car d'occasion, ne partez jamais sans toutes les factures liées au véhicule, n'oubliez jamais les certificats de contrôle technique.
- Eviter les modèles trop anciens sur des porteurs aujourd'hui disparus.
- N'achetez jamais un camping-car sale.
- Ne vous laissez pas éblouir par les belles paroles qui feraient exploser votre budget initial. Vous avez un budget à ne pas dépasser, tenez-vous en. Comme le dit Xavier Bourginaud, « camping-car ne doit pas devenir une contrainte ».
- Si vous êtes une famille, privilégiez la capucine. A contrario, un couple optera plus facilement pour un profilé. Même si aujourd'hui, la grande tendance des profilés avec lit de pavillon attirent les familles également. Ceux qui choisissent l'intégral sont souvent ceux qui ont déjà connu le reste. Ils ont fait la synthèse de leurs anciens véhicules et se font plaisir en achetant un intégral, plus luxueux généralement.
- N'ayez pas peur du coup de cœur, « souvent, on achète sur un coup de cœur, et heureusement, concède Xavier Bourginaud. La raison financière est toujours présente, mais le coup de cœur prend souvent le dessus ».



LE CRÉDIT, ÇA FONCTIONNE COMMENT ?

Pour Xavier Bourginaud : « Prévoyez un apport minimum de 20% du montant total pour ne pas dépasser les 120 mois de crédit. Le sommet de l'apport, c'est 30%, ça vous permet de bien renouveler ensuite votre camping-car. Pensez aux extensions de garanties également, sur le porteur, la mécanique mais aussi avec une assurance décès-invalidité pour les personnes âgées. Essayez également d'intégrer une assurance « perte financière » sur le véhicule. Dernièrement, j'ai fait examiner un véhicule par un cabinet d'expertise indépendant pour déterminer sa valeur. L'assuré sera remboursé sur la valeur de l'expertise. »

Articles tirés du magazine *Esprit Camping-car*, n°15 avril/mai 2010.

Pages 74 à 76



Bibliographie

- Relaxnews, Les caravanes et les camping-cars ont la côte, 8 février 2010. Relawnews International
- Le Parisien, Le marché du camping-car ne connaît pas la crise, 20 février 2009, Le Parisien
- D. ALLIGNOL, 2010 : une amorce d'embellie sur le marché des véhicules de loisirs, 2010, ParuVendu
- Conseil National du Tourisme, L'impact du développement du camping-car (en ligne), 2008. Disponible sur : http://www.tourisme.equipement.gouv.fr/fr/z1/ministere_delegue/conseil_national_tourisme/publications/att00016346/camping_cars_VF.pdf
- Manche-tourisme, Les camping-caristes en quelques chiffres (en ligne), 2006. Disponible sur : http://manche-tourism.com/professionnels_tourisme/acteurs-tourisme/documents/marche-chiffres.pdf
- ADVL, Etude sur les conditions d'accueil de la clientèle camping-cariste en vallée du Loir (en ligne), Janvier 2008. Disponible sur : <http://ddata.over-blog.com/xxxyyy/1/17/46/93/Etude-Camping-cars-ADVL.pdf>
- La Marche des Seniors, Roger Clavaret " La tendance des campings cars est aujourd'hui au compact. " (en ligne), 30 septembre 2008. Disponible sur : http://www.fredericserriere.com/Strategie_Marketing/campings_cars_chausson-10242---2.html
- CREUSOT F., L'aire réservée aux camping-cars affiche presque complet. Surprenant en cette saison ? Pas forcément., 28 février 2010, L'Est Républicain
- TNS-SOFRES, Les Enjeux du Quotidien : les Français et le logement idéal (en ligne), 05 décembre 2010. Disponible sur : <http://www.tns-sofres.com/espace-presse/news/0552144603F646CD9D6C9DE317655B4F.aspx>

Contact


Relations presse :

Ophélie Perrin
CCC - Camping-Car Conseil
365, avenue des Etats-Unis
31200 Toulouse
05.61.81.38.25
communication@camping-car-conseil.com



Département conseil/achats

M. Xavier Bourgninaud, responsable conseil


 +33 (0)6 76 72 15 36

contact@camping-car-conseil.com



Département technique :

M. Boniek ALVES, responsable technique

 +33 (0)6 30 04 10 83

boniek.alves@camping-car-conseil.com




Département marketing/communication :

M^{elle} Ophélie PERRIN, responsable marketing et communication

communication@camping-car-conseil.com

Site web : <http://www.camping-car-conseil.com>

Blog : <http://camping-car-conseil.over-blog.com/>

Profil  : <http://www.facebook.com/people/Camping-car-Conseil/100001374486872>

Page  : <http://www.facebook.com/pages/Camping-car-Conseil/125827294126904>

Tous les éléments de ce dossier sont téléchargeables sur le lien suivant :

<http://www.camping-car-conseil.com/presse.php>