

Guide pratique pour les campings

BROCHURE INFORMATIVE POUR
UNE EXPLOITATION FRUCTUEUSE
DES CAMPINGS



07/2023



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture
et du Développement rural



FEADER
Fonds européen agricole pour le développement rural: l'Europe investit dans les zones rurales.
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen
Gebiete.

Sommaire

	Avant-propos	05
1.	Réglementations générales pour l'exploitation	06
1.1.	Autorisations requises	07
1.2.	Autres enregistrements	08
1.3.	Lois luxembourgeoises relatives aux campings	10
1.4.	Contrôle de l'utilisation des sols / zones / classification du PAG (plan d'aménagement)	12
1.5.	Fiche d'hébergement	12
2.	Conseils pour exploiter un camping	14
2.1.	Généralités sur le tourisme au Luxembourg	15
2.2.	Groupes cibles	15
2.3.	Offre	16
2.4.	Fixation des prix	17
2.5.	Marketing et distribution	18
2.6.	Qualité	20
3.	Le business plan (plan d'affaires)	22
4.	Financement et aides	23
5.	Interlocuteurs	24
6.	Autres ressources utiles	25
	Partenaires du projet	26
	Mentions légales	27



FORMULATION NON SEXISTE

Pour des raisons de lisibilité, le présent document emploie uniquement la formulation masculine. Ce choix ne reflète pas une discrimination du sexe féminin, et la formulation simplifiée s'applique aux deux sexes de manière égale.

Bien que toutes les indications aient été préparées avec le plus grand soin, l'auteur et les autres parties impliquées déclinent toute responsabilité quant à leur exactitude et leur exhaustivité. De même, l'utilisation des informations contenues dans le présent document ne saurait engager leur responsabilité.

AVANT-PROPOS

Chères lectrices, chers lecteurs,

Les séjours en camping sont de plus en plus populaires au Luxembourg. Dans ce contexte, la présente brochure fournit aux personnes intéressées des informations sur les principaux aspects de l'exploitation d'un camping.

L'objectif de notre brochure est de partager avec vous des informations utiles et des conseils pratiques afin de vous aider à créer puis exploiter avec succès votre propre camping. Celle-ci passe en revue différents aspects : réglementations générales, conception de l'offre de services du camping ou encore stratégies de marketing et de gestion fructueuses. Vous trouverez également des renseignements sur l'élaboration d'un plan d'affaires et les aides financières possibles. Pour compléter la brochure, nous vous indiquons les interlocuteurs compétents à contacter pour obtenir davantage d'informations.

Cette brochure a vu le jour dans le cadre du projet LEADER « Landtourismus » (tourisme rural) avec le soutien des partenaires nommés dans les mentions légales.

Nous espérons que le « guide pratique » que constitue cette brochure vous sera utile et nous vous souhaitons plein succès pour la mise en application des conseils !



1. Réglementations générales pour l'exploitation



Ce chapitre vous fournit une vue d'ensemble des autorisations et enregistrements nécessaires pour l'exploitation d'un camping.

1.1. Autorisations requises

Autorisation d'établissement :

Toute activité économique professionnelle requiert l'obtention préalable d'une autorisation d'établissement. Celle-ci est nécessaire aussi bien pour un service d'hébergement que pour une boutique ou le secteur HORECA (HÔtel/REstaurant/CAfé). La demande d'autorisation d'établissement doit être adressée à la Direction générale des Classes moyennes du ministère de l'Économie pour les activités suivantes :

- » Commerçant d'établissement d'hébergement (hôtel, chambre d'hôtes)
- » Commerçant d'établissement de restauration / débit de boissons alcoolisées et non alcoolisées
- » Activités et services commerciaux

Informations complémentaires sur la demande d'autorisation d'établissement :

→ INFORMATIONS GÉNÉRALES



→ HÔTELLERIE / RESTAURATION



Commodo/Incommodo

Les autorisations d'exploitation pour un établissement classé fixent les conditions d'aménagement et d'exploitation qui sont jugées nécessaires pour la protection de l'environnement et pour garantir la sécurité des salariés, du public et du voisinage en général.

Au Luxembourg, les campings sont considérés comme des « établissements soumis à commodo ».

Selon la nomenclature, les campings (060302 Terrains de camping et de caravaning permanents) relèvent de la classe 1A. Par conséquent, une autorisation de l'ITM (Inspection du Travail et des Mines) est requise.

Si vous n'avez pas encore d'autorisation d'exploitation pour un établissement classé (incommodo), vous devez la demander auprès de l'ITM.

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



1.2. Autres enregistrements

1.

Enregistrement en tant qu'établissement du secteur alimentaire

Si un camping propose des activités dans le domaine HORECA, il est nécessaire de s'enregistrer en tant qu'établissement du secteur alimentaire auprès de la Division de la Sécurité alimentaire.

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



2.

Affiliation auprès du Centre commun de la sécurité sociale (CCSS)

Affiliation de l'indépendant :

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



En cas d'emploi de personnel (immatriculation de l'employeur) :

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



3.

Immatriculation au registre de commerce et des sociétés (RCS) et au registre des bénéficiaires effectifs (RBE)

Une entreprise exploitant un camping doit être immatriculée au registre de commerce.

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



En règle générale, l'immatriculation doit être réalisée par un notaire, sauf en cas de création d'une Sarl ou d'une entreprise individuelle (indépendant). Il appartient alors au propriétaire de procéder à l'immatriculation.

Le bénéficiaire effectif d'une société doit également être inscrit au registre des bénéficiaires effectifs.

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



4.

Immatriculation auprès de l'Administration des contributions directes

Une immatriculation n'est généralement pas nécessaire car l'entreprise doit toujours déclarer ses revenus.

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



5.

Demande de numéro de TVA

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



6.

Demande de licence de cabaretage

Une licence de cabaretage est requise dès qu'un établissement propose la vente et la consommation de boissons alcoolisées sur place.

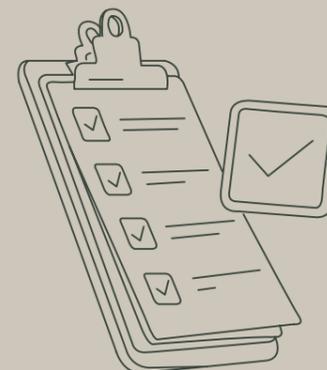
→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



Par ailleurs, s'il vend du tabac et de l'alcool, l'établissement doit aussi demander une vignette de contrôle accises (VCA).

L'activité de commerce de biens soumis à accises doit être déclarée au Bureau des Douanes Luxembourg Accises.

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



7.

RGPD et analyse des flux de données

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



→ CNPD.PUBLIC.LU



8.



Formation aux premiers secours

Suivant les risques en présence, chaque camping est tenu de désigner et former un certain nombre de secouristes.

Dans le cadre de la sécurité et de la santé au travail, le STM propose une formation de base aux premiers secours.

Celle-ci permet aux participants d'apprendre à agir de manière correcte et professionnelle en cas d'urgence et en attendant l'arrivée des services de secours.

Le certificat obtenu est valable pendant cinq ans, puis doit être renouvelé.

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES





1.3. Lois luxembourgeoises relatives aux campings

Encore en vigueur, la [loi relative aux campings de 1957](#) et le [règlement relatif aux campings de 1967](#) régissent encore actuellement les conditions de base pour l'équipement et l'utilisation des campings. Ils ont été suivis en 1999 par l'entrée en vigueur de la loi relative aux [„Etablissements Classés“](#) celle-ci régit les établissements privés ou publics dont l'activité ou les équipements peuvent présenter un risque pour la sécurité et/ou la santé des personnes et/ou pour l'environnement. Également appelée loi „**Commodo Incommodo**“ (ce qui signifie « adéquat / inadéquat »), cette législation est, de fait, une **autorisation d'exploitation ou une autorisation d'exploitation des installations**, la procédure commodo / incommodo visant à contrôler, certifier et garantir la conformité aux normes et la sécurité des installations et de leur fonctionnement. Les campings ont été rattachés à la classe de risque 1 (très élevé) en 1999 et, depuis, ils sont tenus de rendre leurs bâtiments, installations et infrastructures disponibles pour un contrôle, soit avant la construction soit a posteriori, ou après chaque transformation significative d'installations et de bâtiments.

En amont du contrôle, il convient d'énumérer de manière ordonnée dans un dossier toute une série d'installations et d'équipements techniques (réseau électrique, évacuation des eaux usées, élimination des déchets, piscines, stockage des produits dangereux, mesures de lutte contre les incendies, cuisines, chauffages, systèmes de refroidissement, aires de jeux, etc.) et de le remettre à l'[Inspection du travail et des mines \(ITM\)](#), administration compétente en la matière.^[1] L'ITM transmet ensuite une copie de ce dossier à [l'Administration de l'environnement](#) ou à [l'Administration de la gestion de l'eau](#) pour évaluation. Suivant la taille et la complexité du camping, ce processus d'évaluation dure généralement un an à un an et demi en tout et il s'achève lorsque l'administration compétente délivre un arrêté, appelé autorisation d'exploitation commodo / incommodo. L'ITM exige également une **réception de certains équipements** (réseau électrique, piscines, stockage de produits dangereux, lutte contre les incendies et aires de jeux). Cette réception doit être réalisée par une société de contrôle agréée, telle que Luxcontrol, TÜV, Veritas, Vincotte ou Secolux. Ce n'est qu'une fois

que le procès-verbal de réception est remis que les obligations associées à l'autorisation d'exploitation sont réputées remplies. Certains équipements, tels que le réseau électrique, les piscines, les systèmes de stockage de gaz et les aires de jeu, requièrent des contrôles réguliers par la suite (un tous les cinq ans en règle générale).

Les critères de sécurité de l'ITM figurent dans ses

- ➔ [conditions types](#) et concernent notamment :
- ➔ [Campingplätze](#)
- ➔ [Piscines](#)
- ➔ [Restaurants](#)
- ➔ [Réseau électrique](#) und ➔ [parafoudres](#)
- ➔ [Réservoirs de gaz aériens](#)

Suivant les équipements de l'entreprise, l'ITM se base sur les critères de sécurité qu'elle juge nécessaires. Ainsi, il est possible que des exigences plus strictes d'autres catalogues s'appliquent. En règle générale, l'ITM se montre disposée au dialogue quant aux améliorations en termes de sécurité dans le cas de rénovations, de modifications et d'investissements plutôt que d'imposer des exigences maximales.

CABINETS D'INGÉNIEURS ET D'EXPERTISE AU LUXEMBOURG :

- ➔ [Best](#)
- ➔ [Goblet Lavandier](#)
- ➔ [Eneco](#)
- ➔ [Schroeder & Associés](#)

SOCIÉTÉS DE CONTRÔLE

- ➔ [Luxcontrol](#)
- ➔ [Secolux](#)
- ➔ [Vincotte](#)

[1] Pour constituer ce dossier de demande, le mieux est de faire appel à un cabinet d'ingénieurs spécialisé.

Les critères de sécurité de l'Administration de l'environnement sont moins concrets et moins synthétiques que ceux de l'ITM, mais ils découlent de la [loi concernant la protection de la nature](#) et de la loi sur la protection de l'eau.

Voici un résumé succinct des principaux critères de sécurité pour la protection de la nature et de l'eau :

- » Les eaux usées doivent être évacuées via les égouts publics ou, à défaut, via une fosse septique à purger régulièrement.
- » Le contenu des toilettes mobiles doit être éliminé dans un réservoir étanche si le camping ou l'aire de camping-cars ne sont pas raccordés à une station d'épuration ayant une capacité d'au moins 10 000 équivalents-habitants.
- » Les produits dangereux susceptibles de s'écouler dans la nature ou les cours d'eau doivent être stockés dans des bassins de collecte dûment équipés, de dimensions adéquates et dont l'accès est réservé au personnel habilité.
- » Un tri ordonné des déchets est obligatoire dans l'entreprise.

→ SOURCE



1.4. Contrôle de l'utilisation des sols / zones / classification du PAG (plan d'aménagement)

Au Luxembourg, la planification, la construction et l'exploitation d'un camping ou d'une aire de camping-cars sur un terrain requièrent en premier lieu une **classification du PAG**.

PAG, qui signifie « plan d'aménagement général » et est synonyme de plan d'urbanisme, permet à chaque commune de définir l'utilisation générale des terrains au sein des communes. En principe, ce sont les communes qui sont souveraines en matière d'aménagement de leur territoire, mais elles sont placées sous la surveillance du ministère de l'Intérieur, du ministère de l'Environnement, dont l'Administration de la gestion de l'eau est une subdivision, et du ministère des Transports. Ces trois ministères (plus d'autres administrations) sont étroitement impliqués dans l'aménagement du territoire rural, lequel influence également les plans d'occupation des sols communaux.

Chaque commune dispose donc d'un PAG avec une **partie graphique** et une partie écrite. La partie graphique est la carte des zones qui indique, généralement avec une grande variété, les usages des différents terrains. La **partie écrite** est le texte qui accompagne la carte des zones et décrit de manière plus ou moins détaillée tous les usages et leurs conditions générales. Généralement, ces deux documents sont disponibles sur le site web de la commune (rubrique service technique ou administration générale dans la plupart des cas). Désormais, de nombreuses communes mettent à disposition leur PAG sur le [géoportail national du Luxembourg](#), qui présente une partie consacrée au PAG.

Voici les classifications du PAG possibles pour les terrains accueillant des campings au Luxembourg, c'est-à-dire où il est autorisé d'exploiter un camping et d'héberger des personnes :

- » Zone de loisir avec séjour (ZLS)
- » Zone de sports et loisir (ZSL/REC)
- » Zone de camping

Ces différents noms ont vu le jour au fil des décennies, même si la formulation REC semble actuellement s'imposer sur les PAG plus récents.

Le camping en tant qu'activité de loisirs et d'hébergement de touristes sous toutes ses formes est autorisé sur ces terrains, mais il n'est pas permis d'y résider de manière permanente. Les aires de camping-cars relèvent de l'activité d'hébergement de touristes. De même, la plupart des prestations de commerce de détail et de restauration liées à l'activité de camping sont autorisées. Par ailleurs, il est généralement permis que les exploitants habitent sur place ; en d'autres termes, le droit de résidence permanente et enregistrée est limité aux gérants du camping. Il arrive aussi parfois que, sur un terrain destiné au camping, il y ait des zones naturelles protégées, des zones à traiter de manière extensive ou des zones où le camping est soumis à des limitations (temporelles ; zones inondables, par exemple).

Soit dit en passant, le règlement des bâtisses communal définit également, en plus du PAG, les critères et paramètres de construction admissibles pour chaque zone : hauteur maximale, volume, surface de plancher, alignement, orientation, matériaux, forme du toit, etc.

→ SOURCE



1.5. Fiche d'hébergement

Tous les établissements d'hébergement ou hébergements privés touristiques doivent remplir des fiches d'hébergement pour chaque voyageur ou les leur faire remplir. Les données doivent ensuite être transmises à la police, d'une part, et à l'Institut de statistique STATEC. Les petits prestataires exerçant cette activité à titre accessoire peuvent encore les envoyer au format papier par la poste. En revanche, il est obligatoire d'utiliser des fiches d'hébergement électroniques pour :

- » les établissements d'hébergement de 10 chambres ou plus
- » les campings de 25 places de stationnement ou plus

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



→ SOURCE



© Mrs Gutthard

Happy Camper

2. Conseils pour exploiter un camping

2.1. Généralités sur le tourisme au Luxembourg

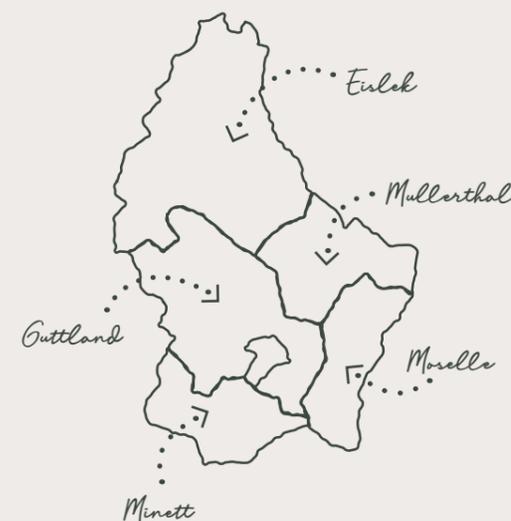
Situé au cœur de l'Europe, le Luxembourg est une destination touristique riche en histoire et aux régions variées offrant un large éventail d'activités : escapades citadines, culture contemporaine, lieux historiques, randonnées, vélo, V.T.T., gastronomie, vin... La palette proposée par le pays est aussi passionnante que divertissante.

Le Luxembourg est divisé en six régions touristiques : la ville de Luxembourg (la capitale), l'Éislek, le Guttland, le Minett, la Moselle et le Müllerthal. Les régions du Luxembourg présentent une grande variété de paysages, entre zones urbaines, industrielles, rurales et naturelles, le tout avec des distances réduites.

Traditionnellement, les hôtels dominent l'offre dans le secteur de l'hébergement. Toutefois, le camping est de plus en plus populaire et le Luxembourg confirme ainsi une tendance déjà observée à l'international ^[1].

Vous trouverez bien d'autres informations encore sur le tourisme au Luxembourg sur le portail B2B de Luxembourg for Tourism :

→ LUXEMBOURGTRAVEL.LU



2.2. Groupes cibles

L'identification des groupes cibles de touristes revêt d'une grande importance pour le succès des destinations et des entreprises touristiques, car la connaissance de ces groupes leur permet d'élaborer des offres sur mesure et des stratégies de marketing efficaces.

Luxembourg for Tourism estime que le groupe cible des « explorateurs » est celui qui présente le plus grand potentiel pour le Luxembourg.

« Les explorateurs aiment tous les voyages – courts ou longs, proches ou lointains – et recherchent surtout les expériences authentiques. Ils veulent sortir des sentiers battus, vivre des découvertes individuelles et faire des rencontres à l'échelle locale. Les explorateurs amènent une « modernisation » des visiteurs et de l'offre touristique luxembourgeoise. Ils permettent de rajeunir et de personnaliser considérablement le profil des visiteurs et l'offre. Un touriste sur quatre visitant le Luxembourg, est déjà un explorateur aujourd'hui, et la tendance est à la hausse. Ce segment est donc celui qui présente le plus fort potentiel de croissance à l'avenir. ^[1] »

Boussole marketing numérique de la Grande Région :

→ [INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES](#)



[1] Visit Luxembourg. Brand Book. 2020.

2.3. Offre

Un séjour en camping doit proposer une expérience originale à vos clients. Pour élaborer l'offre de votre camping, il est décisif que vous teniez compte de plusieurs facteurs importants. Pour la mettre au point et en hiérarchiser les différents aspects, le mieux est de vous baser sur les besoins et les souhaits de votre / vos groupe(s) cible(s).

Vous trouverez ci-après une liste succincte de facteurs de réussite :

- » **Propreté et entretien des équipements :**
un environnement propre et soigné crée une ambiance agréable et contribue à la satisfaction des visiteurs.
- » **Options variées pour le stationnement (camping-car, tente, mobil-home, etc.) :**
la variété des options pour le stationnement permet de mieux répondre aux besoins et préférences individuels des visiteurs .
- » **Activités de loisirs (piscine, aire de jeux, installations sportives, etc.) :**
une offre de loisirs variée renforce l'attractivité du camping et augmente la satisfaction des clients.
- » **Restauration (restaurants, snacks, supermarché) :**
une offre de restauration complète est synonyme de confort pour les visiteurs et contribue à la réussite de leur séjour.
- » **Environnement agréable (espaces verts bien entretenus, zones au calme) :**
un environnement attrayant et reposant favorise le bien-être des clients et leur laisse une impression positive.

- » **Activités et divertissement (animations, concerts, activités pour les enfants, etc.) :**
les activités divertissantes encouragent les interactions sociales et laissent des souvenirs durables aux visiteurs.
- » **Sécurité et protection (chemins bien éclairés, caméras de surveillance, etc.) :**
garantir la sécurité des visiteurs accroît la confiance et leur permet de passer des vacances en toute sécurité et sérénité.
- » **Accessibilité (lieu bien desservi par les transports en commun, adapté aux personnes à mobilité réduite, etc.) :**
une bonne accessibilité du camping permet à davantage de personnes d'y séjourner sans difficulté.
- » **Service clientèle aimable et compétent :**
un service clientèle de qualité augmente la satisfaction des clients et la probabilité qu'ils recommandent votre camping.
- » **Rapport qualité-prix adéquat :**
des prix justes et cohérents avec les prestations proposées favorisent l'acceptation et la fidélité des visiteurs.



2.4. Fixation des prix

Le rapport qualité-prix est un aspect décisif pour les clients. D'où l'importance d'appliquer des prix adaptés. Pour définir vos prix, vous pouvez notamment tenir compte des facteurs suivants :



Situation :
un camping extrêmement bien situé coûte plus cher qu'un lieu moins prisé.

Équipements et services :
les prix doivent refléter la qualité et la quantité des équipements et services proposés

Concurrence :
les prix doivent être proches de ceux d'autres campings situés à proximité et avec une offre comparable..

Groupe cible :
le prix doit correspondre à ce que le groupe cible est prêt à déboursier.

Saison :
les prix peuvent varier suivant la saison et être supérieurs en haute saison.

Frais :
les prix doivent être définis de façon à ce qu'ils couvrent tous vos frais fixes ou variables.

Bénéfice :
les prix doivent non seulement couvrir les frais, mais également vous permettre de dégager un bénéfice. Aussi, il est recommandé d'ajouter une marge bénéficiaire appropriée.

2.5. Marketing et distribution

2.5.1. MARKETING

Un marketing réussi vous permet de fasciner vos clients potentiels et de leur donner envie de réserver une place dans votre camping. Pour promouvoir efficacement votre camping, veuillez tenir compte notamment des aspects suivants :

Groupe cible : pour élaborer des stratégies de marketing efficaces, il peut être utile d'identifier votre groupe cible et de comprendre ses besoins, ses préférences et les points problématiques. Par exemple, certains groupes cibles sont plus faciles à atteindre via les canaux en ligne (réseaux sociaux, e-mails, Internet, etc.) tandis que d'autres privilégient les canaux classiques (magazines, journaux, dépliants, etc.).

Canaux de marketing : choisir les bons canaux de marketing peut vous aider à toucher efficacement votre groupe cible.

Présence en ligne : une forte présence en ligne, avec un site web convivial, des pages sur les réseaux sociaux et une présence sur les portails d'évaluation en ligne, vous aide à atteindre et enthousiasmer vos clients potentiels.

Marketing de contenu : un marketing au contenu adapté éveille l'intérêt des clients potentiels en répondant à leurs questions de manière divertissante, captivante, créative et originale. Moins est souvent synonyme de mieux, car il faut proposer des contenus réduits qui ne demandent pas trop de temps à ceux qui les visionnent. Un contenu adapté offre une occasion de communiquer avec les clients et les incite à produire ou partager leurs propres contenus, à utiliser des hashtags ou à rédiger des évaluations.

Spécificité : définir ce qui fait la spécificité de votre camping peut vous aider à vous démarquer de la concurrence et à attirer les clients. Le marketing doit mettre l'accent sur cette spécificité de manière efficace.

Identité d'entreprise et design : l'identité d'entreprise est un élément important de la communication d'entreprise. Renvoyer une image cohérente fidélise les clients et consolide votre positionnement sur le marché. Le logo, les couleurs, les polices, les éléments décoratifs et le langage visuel s'inscrivent dans ce cadre. Une identité d'entreprise bien réfléchie inspire confiance et permet aux clients de vous reconnaître, ce qui assoit votre position sur le marché.

Informations complémentaires :

La « Tourism Academy » de Luxembourg for Tourism propose des ressources informatives consacrées au marketing



2.5.2. SITE WEB

Il est essentiel pour un camping d'avoir un site web attrayant et fonctionnel, car il constitue une présence en ligne centralisée et une source d'informations. Il permet de contrôler l'image en ligne et la présentation de l'entreprise.

L'intégration d'une plateforme de réservation encourage les réservations directes, ce qui réduit la dépendance vis-à-vis d'intermédiaires et améliore la marge bénéficiaire. Ainsi, à l'ère du numérique, un site web bien conçu est un important facteur de réussite pour les campings.

2.5.3. PORTAILS DE RÉSERVATION EN LIGNE (OTA)

Les portails de réservation en ligne (OTA) pour les campings sont des plateformes numériques où les visiteurs peuvent rechercher, comparer et réserver directement des hébergements en camping et des places d'aires de stationnement. Les OTA peuvent offrir toute une série d'avantages aux campings, parmi lesquels :

Visibilité accrue : certains OTA disposent d'une base de clients importante et diversifiée, ce qui permet aux campings de présenter leurs offres à un groupe cible plus large et, ainsi, de gagner en visibilité et en réservations.

Facilité de la réservation pour les visiteurs : les OTA peuvent raccourcir le cycle de vente des campings en offrant aux visiteurs un moyen simple et rapide d'effectuer des réservations directes. Globalement, les OTA peuvent constituer un important canal de vente pour les campings. Toutefois, il ne faut pas oublier que les campings doivent parfois s'acquitter de commissions (élevées) pour pouvoir utiliser les OTA, ce qui peut peser sur leurs bénéfices.

2.5.4. GESTIONNAIRE DE CANAUX

Si vous proposez vos hébergements en camping et vos aires de stationnement sur plusieurs canaux de vente, tels que des OTA et votre site web, il peut être judicieux d'utiliser un gestionnaire de canaux. Il s'agit d'une plateforme centralisée permettant de gérer et répartir l'inventaire ouvert à la réservation ainsi que les prix sur différents canaux de vente. De plus, les gestionnaires de canaux garantissent l'exactitude et la cohérence des informations relatives aux prix et à la disponibilité sur tous les canaux de vente, ce qui réduit le risque de surréservation. De nombreuses tâches manuelles de gestion des réservations étant automatisées, les gestionnaires de canaux permettent aux campings de gagner du temps et en efficacité.

2.5.5. DOSSIER D'INFORMATIONS

Un dossier d'informations est une pochette contenant des renseignements et des ressources et qui est mise à la disposition des clients à leur arrivée au camping. Il contient des détails importants sur les équipements, les services, les règles et les points d'intérêt locaux afin que les visiteurs passent un séjour agréable placé sous le signe de la simplicité. Le dossier d'informations peut être fourni au format papier ou numérique et il offre des orientations utiles pour des vacances en camping réussies.

Un dossier d'informations numérique peut offrir plusieurs avantages aux campings, parmi lesquels :

Mise à jour des informations : le camping peut actualiser les informations fournies au format numérique en toute flexibilité. Des informations mises à jour permettent aux visiteurs de se tenir au courant des derniers équipements, événements, règles et idées d'excursion en date.

Communication personnalisée : un dossier d'informations peut servir à envoyer aux visiteurs des messages et offres individuels tenant compte de leurs centres d'intérêt et préférences.

Perspectives de vente accrues : un dossier d'informations permet aux campings de vendre des services supplémentaires et des surclassements, ce qui peut améliorer leur chiffre d'affaires.

2.5.6. COOPÉRATIONS

Les coopérations locales peuvent revêtir une grande importance pour les campings. En coopérant avec des entreprises et organisations locales, ils peuvent proposer à leurs clients des prestations et des activités particulières. Il peut en résulter une expérience exceptionnelle, ce qui contribue à améliorer la satisfaction des visiteurs. Des coopérations innovantes et non conventionnelles peuvent donner naissance à des offres originales qui permettent au camping de se distinguer et de renforcer son attractivité.



2.6. Qualité

Dans les campings, la notion de qualité se réfère normalement à des facteurs tels que la propreté et l'état des installations, équipements et services, l'environnement et le paysage ou encore le confort et la sécurité des clients. Mais le rapport qualité-prix joue également un rôle décisif dans l'image que les visiteurs se font du camping en termes de qualité. Aussi, il est important de maintenir ces facteurs à un niveau élevé afin de garantir aux clients un séjour agréable et satisfaisant.

2.6.1 CLASSIFICATION ET CERTIFICATION

La classification et la certification des campings présentent de multiples avantages. Elles permettent aux visiteurs potentiels d'évaluer objectivement les services et les équipements d'un camping, ce qui les aide à faire un choix. En outre, une certification peut accroître la confiance des clients et leur montrer que le camping respecte certaines normes de qualité.

Les campings luxembourgeois qui le souhaitent peuvent obtenir une classification selon le système d'étoiles (1 à 5 étoiles) du ministère de l'Économie. Toute demande de classification doit être adressée à :

Ministère de l'Économie,
Direction Générale du Tourisme

→ [CLASSIFICATION.LU](https://www.classification.lu)



→ [INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES](#)



*Keep calm and
go camping*

3. Le business plan (plan d'affaires)

Un camping a tout intérêt à se doter d'un business plan, et ce pour plusieurs raisons. Lors de l'élaboration de ce plan, l'entreprise peut clarifier sa vision et ses activités en définissant des objectifs et des stratégies et en planifiant le financement. Ceci lui permet également d'identifier à l'avance des risques potentiels et des opportunités.

De plus, le business plan aide l'entreprise à prendre des décisions et à suivre en permanence ses progrès, ce qui garantit le succès du camping à long terme. Enfin, le business plan fait office de moyen de communication pour les investisseurs et les banques, ouvrant ainsi des perspectives de financement.

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



**La House of
Entrepreneurship,
à Luxembourg,
propose de l'aide et
des ressources
pour l'élaboration
d'un business plan.**

4. Financement et aides

Il existe différentes possibilités de financement ainsi que des aides au Luxembourg. La liste ci-dessous en présente quelques-unes pouvant concerner les exploitants de camping.

Veillez noter que la disponibilité et les conditions à remplir pour bénéficier des programmes d'aide peuvent varier en fonction du type de camping. Veuillez vous adresser aux organismes compétents pour en savoir plus.

Crédits et prêts pour les entreprises

Les propriétaires de camping peuvent éventuellement obtenir des crédits auprès de banques ou d'autres établissements financiers dans le cadre de la création ou de l'agrandissement de leur entreprise.

Subsides de l'État

Selon le type de camping exploité, le gouvernement luxembourgeois peut octroyer des subsides ou des subventions couvrant une partie des frais de création ou d'autres dépenses.

» Aides du ministère de l'Économie,
Direction générale du tourisme

→ DIRECTION GÉNÉRALE DU TOURISME



→ AIDE À L'INVESTISSEMENT



» Aides du ministère de l'Environnement, du Climat et
du Développement durable

→ MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT



→ MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT



→ MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT



→ MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT



» Aides générales pour les petites et moyennes
entreprises (PME)

→ INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



Autres possibilités de soutien :

» Programme Fit 4 Digital de Luxinnovation

→ FIT 4 DIGITAL



Informations complémentaires :

Organe de financement de la Chambre de Commerce luxembourgeoise, la Mutualité de Cautionnement peut fournir des conseils sur les différentes possibilités de financement au Luxembourg et les divers types d'aides et de subsides existant pour les entreprises.

→ CAUTIONNEMENT.LU



Sur son site web, Camprilux fournit des informations sur les aides octroyées par l'État à des fins d'investissement :

→ CAMPING.LU



5. Interlocuteurs

Camprilux

Camprilux est l'association des propriétaires de campings et hébergements privés au Grand Duché de Luxembourg. Cette organisation est un interlocuteur compétent pour tout ce qui touche à l'exploitation d'un camping.

Ses membres bénéficient d'informations et de conseils dans les domaines suivants :

- » Dispositions légales régissant l'exploitation des campings
- » Loi sur la protection de la nature / PAG / zones inondables et zones de rétention
- » Autorisation d'exploitation pour les établissements classés (commodo / incommodo)
- » Dispositions relatives à la protection des données
- » Labels pour les campings
- » Vente / location d'un camping
- » Emploi de personnel
- » Guide pour les aires de stationnement en location longue durée
- » Marketing, distribution, réseaux sociaux
- » Logiciels pour l'exploitation d'un camping

En outre, Camprilux offre un grand nombre d'avantages négociés à ses membres.

→ [CAMPING.LU](https://camping.lu)



House of Entrepreneurship

Vous pouvez vous adresser à la House of Entrepreneurship si vous avez des questions sur la création ou l'agrandissement d'une entreprise.

→ [HOUSEOFENTREPRENEURSHIP.LU](https://houseofentrepreneurship.lu)



Ministère de l'Économie , Direction générale du tourisme

→ [DIRECTION GÉNÉRALE DU TOURISME](https://direction-generale-du-tourisme.lu)



Luxembourg for Tourism

→ [VISITLUXEMBOURG.COM](https://visitluxembourg.com)



OFFICES RÉGIONAUX DE TOURISME

Region Éislek

→ [VISIT-EISLEK.LU](https://visit-eislek.lu)



Region Guttland

→ [VISITGUTTLAND.LU](https://visitguttland.lu)



Region Minett

→ [VISITMINETT.LU](https://visitminett.lu)



Region Moselle

→ [VISITMOSELLE.LU](https://visitmoselle.lu)



Region Müllerthal

→ [MULLERTHAL.LU](https://mullerthal.lu)



6. Autres ressources utiles

Site web de Camprilux

→ [CAMPING.LU](https://camping.lu)



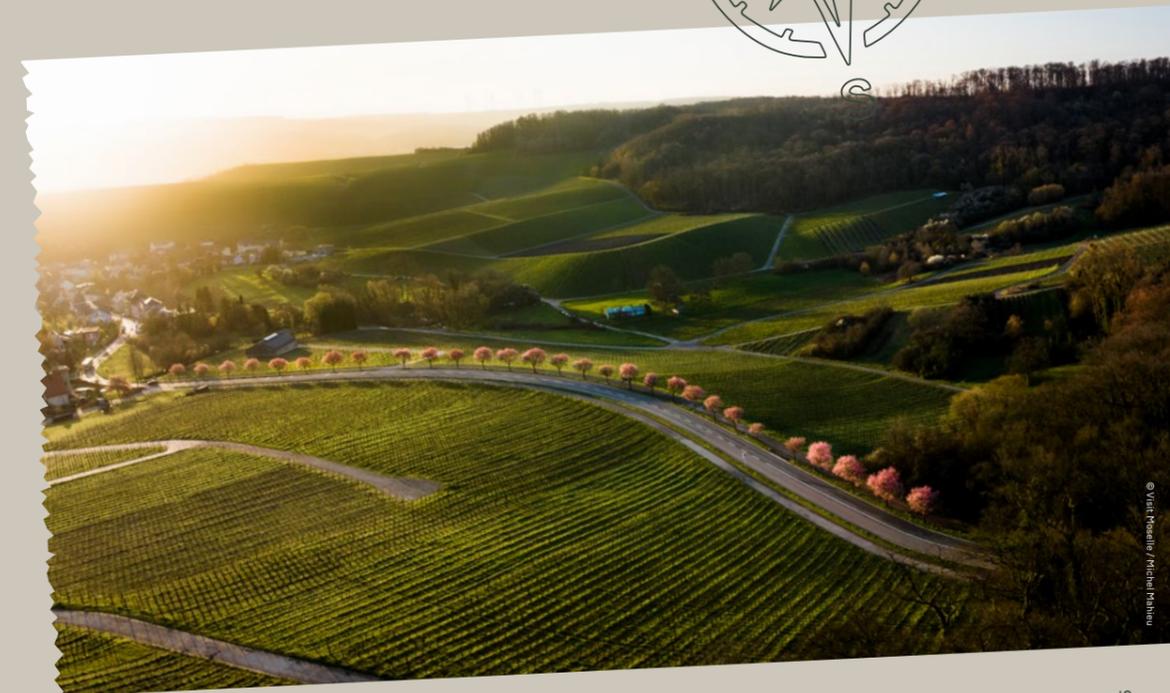
Brochure « Destination Camper Park(ing) » – Conseils pratiques pour les aires de séjour pour camping-cars

→ [DESTINATION CAMPER PARK\(ING\)](https://destinationcamperparking.lu)



Concept des « GlampingCabins »

→ [GLAMPING CABINS](https://glampingcabins.lu)



Partenaires du projet LEADER « Landtourismus »



LEADER
Fonds européen agricole pour le développement rural: l'Europe investit dans les zones rurales.
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete.

5 GROUPES D'ACTION DES LEADERS RÉGIONAUX :

ATERT-WARK, ÉISLEK, REGION MËLLERDALL, LËTZEBOURG WEST, MISELERLAND



4 OFFICES RÉGIONAUX DU TOURISME :

EISLEK, MÛLLERTHAL, MOSELLE, GUTTLAND



3 PARTENAIRES PROFESSIONNELS :

APTR, CAMPRILUX, AJL



LUXEMBOURG FOR TOURISM



2 MINISTÈRES



Direction générale du tourisme

Mentions légales

ÉDITEUR :

Visit Moselle -

ORT Région Moselle Luxembourgeoise asbl.

52, route du Vin

L-5405 Bech-Kleinmacher

Grand-Duché de Luxembourg

T. +352 26 74 78 74

F. +352 26 74 78 94

E. info@visitmoselle.lu

CONCEPTION :

Duktor Design Studio S.À R.L. | www.duktor.lu

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ :

Bien que toutes les indications aient été préparées avec le plus grand soin, l'auteur et les autres parties impliquées déclinent toute responsabilité quant à leur exactitude et leur exhaustivité. De même, l'utilisation des informations contenues dans le présent document ne saurait engager leur responsabilité.

© COPYRIGHT 2023 - MENTION RELATIVE AU DROIT D'AUTEUR

Le présent document est protégé par le droit d'auteur.

Les droits d'utilisation sont détenus par l'éditeur. Il

est interdit d'utiliser ce document sans l'autorisation

écrite de l'éditeur.

RÉDACTION :

ORT Région Moselle

Le présent document a été établi en coopération avec

les partenaires du projet LEADER « Landtourismus »,

en particulier avec le soutien de Camprilux.

Le contenu en a été vérifié par Camprilux et la House

of Entrepreneurship.

**Guide pratique
pour les
campings**