

Camping Auf Kengert - Vacances au plus près de la nature



Les campings constituent un mode d'hébergement de vacances très usité et apprécié au Luxembourg. Le pays compte 76 campings qui proposent ensemble environ 10.000 emplacements. Parmi eux, l'un des plus anciens, le camping Auf Kengert est situé sur la commune de Larochette, à l'est du pays. Son nom vient du lieu-dit Kengert qui signifie « forêt en altitude » en langue celte. Le camping est en effet implanté dans un écrin de verdure qui culmine à environ 400 m. Il propose 180 emplacements, la plupart pour tentes, caravanes et camping-cars, et quelques huttes et chalets en location. De quoi passer de belles vacances au plus près de la nature. Nous avons rencontré sa gérante, Linda Gedink qui est également secrétaire générale de Camprilux, l'association des propriétaires de campings et hébergements privés du Grand-Duché de Luxembourg et qui fut présidente de EFCO&HPA (European Federation of Campsite Organisations and Holiday Park Associations) son équivalent européen.

Quand et comment les campings ont-ils fait leur apparition au Luxembourg?

À ma connaissance, les premiers campings ont fait leur apparition un peu avant la seconde guerre mondiale, période pendant laquelle les communes mettaient des terrains à disposition pour les campeurs. Mais le vrai démarrage est plutôt intervenu dans les années 1950 à 1970. À cette époque il y avait un véritable engouement pour ce type de vacances. C'est à ce moment-là que la plupart des campings ont été créés au Luxembourg. Depuis 1984, en revanche, plus aucun nouveau camping n'a vu le jour. Cela est dû à l'augmentation des prix des terrains mais surtout à

la règle qui veut que les campings doivent être installés sur des zones de loisirs, renommées zones récréatives, indiquées comme telles dans les Plans d'aménagement généraux (PAG). Or ces zones sont devenues très rares et il est quasi impossible de changer la destination d'un terrain pour en créer de nouvelles.

Comment explique-t-on que l'on soit passé de 120 campings dans les années 1980 à 76 aujourd'hui ?

Il y a eu un tri naturel qui s'est opéré. Certains campings étaient trop petits pour être rentables, d'autres étaient exploités par des gens qui avaient un autre métier à côté et qui ont préféré se concentrer sur leur autre activité, enfin d'autres encore n'ont pas trouvé de repreneurs. Il y a eu également quelques regroupements. On assiste encore aujourd'hui à certaines fermetures des plus petits terrains car le matériel de camping, surtout les camping-cars et les caravanes sont de plus en plus grands et ont besoin d'espace. Une autre tendance actuelle est le rachat de certains campings par des groupes internationaux. C'est déjà le cas de trois d'entre eux au Luxembourg. Ces nouveaux acteurs sont plus axés sur le locatif et ainsi le nombre d'emplacements nus diminue. C'est une évolution qu'il faudra surveiller.

Quelle est l'histoire de votre propre camping?

Mon père est originaire des Pays-Bas. Il y avait fait une école d'agriculture. En 1954, il est arrivé au Luxembourg pour travailler dans une ferme. Le pays lui a beaucoup plu et il a incité ses trois frères et ses parents à le rejoindre. Ces derniers se sont lancés dans la culture des fruits. Aux Pays-Bas, ils avaient l'habitude de louer certains terrains de leur ferme à des touristes de passage. Ils ont donc fait la même chose au Luxembourg. Plus tard, ils ont été contactés par le ministère du Tourisme du Luxembourg pour développer un véritable terrain de camping. Ce type d'hébergement de vacances était en train de devenir très populaire. C'était le moment d'investir. Ils ont donc dédié une partie de leur terrain consacré à la culture de la fraise à cette nouvelle activité. C'est comme cela qu'a débuté notre camping. Pendant un temps, les deux activités ont cohabité. Puis, petit à petit il y a eu de plus en plus de campeurs et de moins en moins de fraises!

Aujourd'hui quelle est votre capacité? Souhaitez-vous la faire évoluer ?

Nous avons 180 emplacements et pas de projet d'agrandissement. En 1999, lors de la célèbre éclipse solaire nous avons demandé une autorisation spéciale pour aménager des emplacements, sur le terrain voisin. Nous étions montés à 250 emplacements mais cela s'est révélé trop grand et ingérable pour une petite équipe et pour la capacité des infrastructures communes (sanitaires...). 180 emplacements c'est assez. La plupart des campings tournent autour de 100 à 150. Nous évoluons plutôt en proposant de nouveaux types d'hébergement, des huttes et des chalets. Tant que ces structures sont mobiles, construites sur roues, nous avons tout le loisir d'en construire de nouvelles, cela ne nécessite pas d'autorisation spéciale. Il suffit d'informer la commune et le garde

forestier. Notre offre se complète ainsi de huttes que nous louons à la nuit, sorte de tentes en dur, sans cuisine ni sanitaire, idéale pour une étape de randonneurs ou de cyclistes et motocyclistes qui ne souhaitent pas se charger d'une tente. Et nous avons aussi de véritables chalets, sorte de petites maisons mobiles, pour des familles qui n'auraient pas d'équipement de camping ou pas de voiture pour transporter le matériel ou qui souhaitent avoir du confort pour un séjour long. Ce type d'offres a le vent en poupe depuis le début des années 2000. Nos huttes sont inscrites sur Airbnb donc une clientèle plus lointaine peut les réserver facilement. Elles ont beaucoup de succès.

Vous-même, avant de rejoindre l'entreprise familiale, avez travaillé dans l'hôtellerie. Qu'est-ce qui vous a décidé à rejoindre le camping et quelles sont les différences fondamentales avec l'hôtellerie?

J'ai toujours connu le camping. Je suis née dedans en quelque sorte. Vers 15-16 ans je n'avais pas trop envie d'y travailler, mais ensuite j'ai décidé de faire une école hôtelière supérieure à Bruxelles. À l'issue de ces études, je suis rentrée à l'Holiday Inn du Kirchberg. J'y ai travaillé trois ans, d'abord à la réception puis au service banquets. La différence fondamentale est qu'il s'agit d'un autre type de clientèle. À l'hôtel il y avait beaucoup de clients business, notamment américains car c'était une enseigne américaine. C'est une clientèle de passage, qui ne reste pas longtemps et avec laquelle on ne construit pas vraiment de relation. Alors qu'au camping, les gens restent plusieurs semaines et souvent ils reviennent d'une année à l'autre. On a un vrai contact avec eux. Des relations quasi amicales peuvent s'installer. Il y a par exemple une famille qui continue à venir au camping alors qu'ils étaient déjà clients du temps de mes grands-parents!

Comment peut-on innover dans votre secteur d'activité?

En étant à l'écoute des clients et en s'informant sur ce qui se fait ailleurs, dans d'autres pays, par exemple en France et au Royaume-Uni, qui sont des pays champions du camping. Il y a aussi une presse spécialisée pour découvrir les nouvelles tendances. Nous avons été les premiers à proposer une aire de jeu intérieure pour les enfants, au sein du restaurant. C'est un bon argument de vente car, même en cas de mauvais temps, les enfants sont occupés. Cette idée nous a été suggérée par un client qui avait vu cela aux Pays-Bas. Cet espace nous a permis de développer un concept d'anniversaires pour enfants. Cela nous a amené une nouvelle clientèle pour le restaurant.

Vous avez aussi proposé des promotions originales lors de vos anniversaires...

En 1996, tous nos clients avaient reçu un verre souvenir pour nos 30 ans. En 2016, pour nos 50 ans, les personnes qui l'avaient toujours, pouvaient se prendre en selfie avec lui. Les clients étaient aussi invités à fabriquer une «œuvre» souvenir de leurs vacances ici, cela pouvait être un collage, un dessin, une création, un bricolage, quelque chose de digital... à cette occasion, nous avons pu mesurer l'attachement des clients à leur camping. Lors de cet anniversaire, nous avons

aussi organisé un tirage au sort pour gagner un bon pour un futur séjour et des cadeaux offerts par nos fournisseurs. Les personnes qui avaient envoyé des souvenirs ou des selfies participaient également à ce tirage au sort. Nous avons doublé cette action d'un communiqué de presse et de messages sur les réseaux sociaux. Cela nous a rappelé au bon souvenir de quelques-uns et nous a permis de gagner de nouveaux clients.

Votre camping affiche 4 étoiles. Comment celles-ci sont-elles attribuées?

Elles sont attribuées par le ministère de l'Économie, pour 4 ans. Il y a une liste de critères à respecter pour chaque niveau, disponible en toute transparence sur classification.lu, depuis qu'un nouveau système de classification luxembourgeois a fait son apparition en 2017, en remplacement de l'ancien système qui était celui du Benelux. Pour obtenir 4 étoiles il faut avoir obligatoirement une piscine et proposer une série d'équipements comme des sanitaires spacieux, un restaurant avec serveurs, une aire de jeux extérieure... Camprilux a une convention avec le ministère pour accompagner les campings dans leur démarche d'obtention des étoiles. Chaque camping peut faire sa candidature sur le site classification.lu. Une personne de Camprilux vient les conseiller et fait diverses vérifications (site internet, possibilités de réservation...). Une fois le dossier finalisé, cette personne et un fonctionnaire du ministère se déplacent et établissent un rapport. La candidature passe ensuite en commission d'attribution. Les campings sont encouragés à proposer de plus en plus de services car les vacanciers veulent vraiment pouvoir se détendre sans trop de contraintes. D'où le lave-linge, le lave-vaisselle, le magasin d'alimentation etc... Ainsi ils peuvent se consacrer pleinement à la nature, à la famille et aux loisirs.

Affichez-vous souvent complet?

En nombre de vacanciers, on peut monter jusqu'à 800 personnes lorsque le camping est plein, ce qui est très souvent le cas en été. En 2020 et en 2021, les avants-saisons ont été compliquées car elles correspondaient à des pics de la Covid, mais les étés ont été bien remplis à chaque fois. Notre avantage au Luxembourg est que nous sommes près de la Belgique, de l'Allemagne et des Pays-Bas. Les clients pouvaient donc se décider à la dernière minute et repartir chez eux rapidement si un des États changeait ses mesures Covid. La météo en revanche n'a pas d'influence sur la fréquentation du camping, car les gens savent à quoi s'attendre au Luxembourg. Ils savent que le temps peut être humide et ils s'équipent en conséquence. Grâce à notre aire de jeu intérieure, nous avons de quoi occuper les enfants.

Comment fixez-vous les dates basse et haute saison qui déterminent les différents tarifs ?

On regarde les vacances scolaires et les jours fériés des pays d'où sont originaires nos clients, principalement les pays voisins, les Pays-Bas et le Royaume-Uni. Nous faisons de petits ajustements d'une année sur l'autre mais cela reste relativement identique. Nous pourrions faire du yield management (pratique commerciale qui consiste à faire varier les prix en fonction de la

demande des consommateurs, ndlr) mais cela nécessiterait d'embaucher une personne dédiée. Ce ne serait pas forcément rentable.

Vous avez digitalisé votre système de réservation. Quels avantages y voyez-vous?

Au début du développement d'internet, nous avons élaboré un système nous-mêmes avec un simple formulaire en ligne mais depuis une dizaine d'années nous avons un vrai module de réservation, sur le cloud, relié au système de gestion de l'entreprise. Les clients sont habitués à réserver leurs vacances en ligne pour ne pas être tributaires des horaires d'ouverture. Les campings ne peuvent pas faire exception. La solution que nous avons adoptée, parfaitement adaptée à notre activité, a été conçue par une société néerlandaise. Une dizaine d'autres campings du Luxembourg utilisent la même. Son gros avantage est qu'elle est reliée directement au module de statistiques d'hébergements du Statec, ce qui nous évite une double saisie. Un autre aspect de la digitalisation concerne nos outils de promotion. Auparavant nous étions annonceurs dans différents guides européens de camping. Maintenant, nous passons par des plateformes digitales comme celle de l'ANWB (automobile club néerlandais) et de l'ADAC (automobile club allemand) sur lesquelles nous ne payons que si nous avons des réservations effectives via ce biais.

La crise Covid a-t-elle perturbé votre activité ?

Cela a surtout été compliqué au début car on ne savait pas comment la situation allait évoluer et tous les clients qui avaient déjà des réservations posaient énormément de questions. À ce moment-là nous n'avions pas toutes les réponses. Pour la toute première fois de notre histoire, nous n'avons pas eu un seul client durant les vacances de Pâques. Petit à petit, nous nous sommes adaptés et nous avons trouvé des solutions, notamment un concept sanitaire approuvé par le ministère de la Santé en prévision de la réouverture. Nous avons pu nous appuyer sur la fédération européenne des campings qui a publié un fichier recensant l'ensemble des bonnes pratiques de ses membres. En 2021, c'était déjà moins stressant car nous avons accumulé de l'expérience et les clients étaient moins angoissés également. Notre restaurant a dû fermer comme tous les autres. Nous avons donc perdu du chiffre d'affaires mais nous avons aussi bénéficié des aides mises en place par le gouvernement, dont le chômage partiel. Au niveau de la fédération Camprilux, nous avons aidé nos membres pour l'obtention des aides en les gardant informés à chaque changement. Nous avons aussi pu obtenir, en partenariat diplomatique avec le ministère du Tourisme, une possibilité de transit par la Belgique pour nos clients néerlandais ayant une confirmation de réservation (la Belgique avait interdit à ses ressortissants de voyager, donc au début, chaque caravane ou camping-car était arrêté aux frontières).

La nouvelle crise et l'augmentation des coûts de l'énergie vous inquiète-t-elle?

Le prix de l'énergie a en effet beaucoup augmenté. Elle nous revient quatre fois plus cher qu'avant car notre ancien fournisseur a fait faillite et notre nouveau contrat est bien moins avantageux. Or, nous ne pouvons pas augmenter les tarifs des clients qui ont déjà réservé. Nous rognons donc nos bénéfices. Heureusement, le taux de remplissage est bon. Mais nous ne pourrions pas mettre d'argent de côté cette année et nous augmenterons certainement les tarifs l'an prochain, car ce n'est pas seulement l'énergie qui augmente mais aussi toutes les prestations que nous achetons (nettoyage, denrées alimentaires, enlèvement des déchets, ...) car nos fournisseurs subissent des hausses également. À contrario, le bon côté des choses est que le camping est perçu par nos clients comme une solution de vacances de proximité et économique donc nous gagnons en attractivité dans cette période où les gens doivent faire attention à leur budget.

Vous êtes personnellement engagée dans des instances de représentation de la profession aux niveaux national et européen. Quels sont les sujets les plus discutés?

Nous essayons de suivre ce qui se fait dans tous les ministères dès que cela touche au tourisme et à l'hébergement. Nous donnons notre avis et nous mettons en avant les réalités du terrain. Par exemple, il fut un jour question d'imposer des allées de 3 mètres de large dans les campings pour permettre à des camions d'incendie de se croiser. C'est une règle qui n'avait pas lieu d'être et qui aurait demandé des travaux importants, sans compter la perte de place. L'un des sujets que nous discutons le plus est celui des PAG. Tous les campings sont sur des zones récréatives. Mais dès qu'un camping veut s'agrandir c'est compliqué de changer le PAG. Or, il y a de plus en plus de zones qui se superposent, Natura 2000, protections des eaux, inondations etc... et chacun de ces classements apporte de nouvelles contraintes. C'est beaucoup plus réglementé qu'avant. Nous ne contestons pas qu'il faut de la réglementation mais nous, campings, nous contribuons à préserver la nature en faisant diminuer le camping sauvage. Nous pensons donc qu'il y a un intérêt à créer de nouvelles zones récréatives pour permettre notre développement. D'autant plus que les camping-cars et les caravanes ont de plus en plus de succès. Ce sont de grands équipements qui nécessitent parfois de sacrifier des emplacements pour pouvoir les accueillir. Il va donc falloir trouver des solutions pour pouvoir agrandir les campings.

Comment s'annonce l'été?

Pour l'instant (interview réalisée le 24 mai, ndlr) les réservations sont bonnes. Sauf catastrophe imprévue, cela devrait être un bel été.





De nouveaux hébergements ont fait leur apparition au sein du camping Auf Kengert : des huttes pouvant chacune héberger jusqu'à 4 personnes et des chalets avec terrasse comprenant deux chambres et une salle de séjour (crédit: Emmanuel Claude/ Focalize)

La nature est omniprésente, de la forêt qui a donné son nom au camping jusqu'aux emplacements au cœur de la verdure (crédit: Emmanuel Claude/ Focalize)

En savoir plus

www.kengert.lu/fr/home