



Charte Occasion ProCampingCar

Des outils pour reprendre

Le marché des camping-cars d'occasion échappe pour près de 60 % aux professionnels du secteur. C'est d'autant plus regrettable que ce créneau connaît une croissance régulière annuelle de 10% depuis trois ans alors que les ventes sur le neuf se sont quant à elles nettement tassées. Depuis quelques mois, la DICA a beaucoup travaillé sur le sujet et propose désormais à ses adhérents une charte baptisée Occasion ProCampingCar. Avec cet outil redoutable, les professionnels devraient pouvoir regagner enfin des parts de marché. Présentation de la charte et réaction des professionnels !

« **L**a charte Occasion ProCampingCar élaborée par la DICA est une très bonne chose. Il est très positif que ce soit un syndicat qui réalise une telle action car elle profitera à l'ensemble des distributeurs. Cependant, elle doit à présent se mettre en place au plus vite. Nous l'attendons depuis un petit moment déjà. Le marché du véhicule d'occasion est devenu essentiel. Notre avenir en dépend », assure, impatient, un professionnel du grand Sud-Ouest de la France. Si l'attente de la charte Occasion ProCampingCar se fait tant ressentir auprès des concessionnaires, c'est

bien qu'il existe des raisons objectives à son important développement. Sans parler d'urgence, il est bien évident que le temps est désormais venu pour les distributeurs de véhicules de loisirs de professionnaliser leur protocole de vente de véhicules d'occasion, à l'instar de ce qui existe dans l'automobile depuis plus de vingt ans maintenant.

Une marque identifiable dans un marché diffus

Il est indispensable pour les concessionnaires de stopper l'hémorragie des parts de marché sur ce secteur des VO, qui connaît de surcroît une forte croissance. En janvier 2010, il s'est vendu en France 2 289 camping-cars d'occasion, soit 30 % de plus que sur le mois de janvier 2009 (1 762 véhicules). A l'inverse, le marché neuf qui s'établissait à 1 181 véhicules en janvier 2009 est passé à 988 sur le même mois de 2010. On le voit, l'écart se creuse. A l'avenir, et c'est une certitude, les comptes d'exploitation des concessions de VDL seront de plus en plus dépendantes du marché VO. Car le constat est là et il est implacable ! Près de 60 % des ventes de camping-cars d'occa-

sion échappent à la profession dans un marché complexe et diffus. La structure même du secteur du VDL avec ses quatre vingt marques et ses mille sept cents modèles participe à l'éparpillement du marché et nuit à sa lisibilité. Ce multimarquisme

« Le marché du véhicule d'occasion est devenu essentiel. Notre avenir en dépend. »

Un concessionnaire du Sud-Ouest



Un vrai choix pour comparer, un point fort que les professionnels doivent pouvoir encore valoriser.

exacerbé représente d'ailleurs la principale raison invoquée par les constructeurs pour ne pas s'engager dans une démarche en faveur du VO. « L'enchevêtrement des marques et modèles participe donc à rendre indispensable une marque distinctive d'occasion de qualité. Les clients doivent y voir plus clair. Facilement identifiable, la charte Oc-

Six engagements à respecter

En préalable, il faut rappeler que bon nombre de distributeurs, par le truchement des groupements, ou lorsqu'ils sont constitués en enseigne (CLC ou TPL), ont d'ores et déjà mis en place des protocoles de vente de véhicules de seconde main au sein de leurs

établissements. Pour les indépendants isolés, la chose est plus délicate. Formaliser des process de ventes de véhicules d'occasion demande une organisation et un « investissement temps » dont ils ne disposent pas toujours. La charte Occasion ProCampingCar leur donnera ainsi les moyens de structurer plus aisément leur offre occasion.



C'est ainsi que cette charte, élaborée en étroite collaboration avec l'ensemble des intervenants de la distribution et la Fédération Française de Camping Caravaning (FFCC), relève le défi de satisfaire peu ou prou l'ensemble de la profession. Elle permet de s'engager sur six points bien calés sur les standards de ce qui est en place – et qui fonctionne – dans l'automobile :

- 1) Plus de 80 points de contrôle.
- 2) Satisfait ou remplacé.
- 3) Essai routier.

« Facilement identifiable, la charte Occasion ProCampingCar va permettre de retrouver **une nouvelle dynamique** »

Pascal Arnoud,
délégué général de la DICA

re la main sur le V.O.

casion ProCampingCar va permettre de retrouver une nouvelle dynamique », assure Pascal Arnoud, le délégué général de la DICA. Les camping-cars d'occasions souffrent aujourd'hui d'une rotation trop lente des stocks et « lézardent » trop longtemps sur les parcs. Le taux de rotation s'établit à cent quarante jours pour un camping-car contre seulement quatre-vingt jours pour une automobile. Avec tout ce que cela induit en termes d'immobilisation, autant sur le plan financier que sur le plan de l'espace disponible sur le parc ! Cela grève le fonctionnement des entreprises. Les professionnels en ont pris conscience.



Des occasions révisées et garanties 18 mois, un atout de poids !

- ▶ 4) Offres de financements adaptées.
- 5) Garantie 18 mois.
- 6) Conseils et compétence.

● Les points de contrôle.

Chaque véhicule siglé Occasion ProCampingCar devra faire l'objet de plus de 80 points de contrôle concernant aussi bien la cellule que le porteur. Il s'agit là d'une limite minimale. Rien n'interdit les distributeurs qui le désirent d'abonder cette règle.

● Satisfait ou remplacé.

L'acquéreur a donc un droit à l'erreur et pourra profiter d'un droit de rétractation exceptionnel. Sous réserve de conditions strictes bien entendu. Le concessionnaire Occasion ProCampingCar s'engage à échanger le véhicule qui ne convient pas au client dans la limite des mille kilomètres parcourus et des dix jours suivant la livraison. Cet engagement est limité à un seul remplacement.

● Essai routier.

Le client intéressé par un véhicule aura tout loisir de procéder à un essai routier du dit-véhicule avant acquisition.

● Offres de financement adaptées.

Les professionnels du VDL s'engagent à proposer des offres de financement à des conditions intéressantes, finalement assez proches de ce qui se pratique dans le marché du neuf.

● Garantie 18 mois.

L'arme fatale de la charte. Cette garantie relègue les transactions entre particuliers à une loterie aléatoire. Là encore, rien n'empêche un concessionnaire d'aller au-delà des 18 mois.

● Conseils et compétence.

La charte tend à favoriser la mise en avant du savoir-faire des concessionnaires adhérents qui garantissent des avis expérimentés. Une publicité sur le lieu de vente (PLV) sera là pour le rappeler. Afficher son professionnalisme et le rappeler au client reste une évidence trop souvent occultée !

Trois mille véhicules sur le web pour un buzz d'enfer !

Au-delà de ces six engagements, cette opération Occasion ProCampingCar s'accompagne du lancement d'un portail Internet dédié. « L'objectif est d'atteindre les trois mille véhicules. A la DICA, nous misons sur un mi-



Internet est une vitrine incontournable et un relais qui doit ensuite mener le prospect en concession. Ici, chez CLC, on a vu grand pour offrir un choix exceptionnel.

nimum de cent cinquante points de vente participants, ce qui représente pour le portail une vingtaine de camping-cars par point de vente. De quoi créer une vraie vitrine unique sur le web ! », estime Pascal Arnoud. Un site pour créer le buzz dans le monde du camping-car d'occasion !

La vitrine Internet, c'est justement l'un des points forts du groupe CLC via le site CLC-loisirs.com qui accueille entre 25 et 30 000 visiteurs uniques chaque mois. Chaque jour, le site reçoit une dizaine de demandes d'information sur des véhicules d'occasion. Julien Clasadonte, éminence grise du groupe CLC en matière de NTIC (Nouvelles technologies de l'Information et de la Communication) souscrit tout à fait à l'initiative de la DICA de créer ce portail Internet consacré aux VO. « Un portail de qualité siglé Occasion ProCampingCar permet de dissocier les offres du tout-venant comme on peut trouver sur le boncoin.fr. C'est indéniablement un point fort que nous abonderons de nos offres ».

Au-delà du site Internet, le groupe CLC a mis en place depuis plusieurs années des protocoles de vente en ce qui concerne l'occasion. Le groupe propose l'essentiel des points que l'on retrouve dans la charte Occasion ProCampingCar et notamment une garantie de deux ans pour des véhicules de moins de 100 000 kilomètres. « En terme d'exigence, nous sommes même déjà au-dessus de ce que propose la charte. Mais le temps a fait

son œuvre. Nous avons vécu sur nos acquis. Nous avons oublié de le rappeler au client. Nous n'étions plus bons en termes de communication. L'initiative de la charte Occasion ProCampingCar nous a ouvert les yeux. Elle va nous permettre de donner une impulsion vis-à-vis du client final, de marteler en gras et en surligné qu'un véhicule d'occasion s'achète d'abord en concession. J'apprécie cette mise en avant des garanties contractuelles sur les VO que l'on va vendre », se réjouit Nicolas Clasadonte.

Une charte institutionnelle

Au sein du groupe TPL, les véhicules d'occasion sont soumis depuis un peu plus de deux ans à un programme aligné sur ce qui est proposé dans l'automobile, « les TPLissimes », une sorte de Garantie Or Renault ou de Garantie du Lion Peugeot. Le concept a été bien étudié sur le plan marketing et offre des garanties de réassurance au niveau de l'achat ou des points de contrôle plus contraignants là aussi que la charte Occasion ProCampingCar. « Il est évident que je n'ai aucun intérêt à minimiser ce que je propose. En termes de proposition, la charte Occasion ProCampingCar ne m'apporte pas grand-chose. Cependant, je tiens à m'intégrer à cette charte car je me reconnais dedans. Je m'y associe volontiers afin de ne pas me mettre en marge de cette grande opération initiée par la DICA qui va ap-

Le mot de...

Gérard Couté

Président de la Fédération Française de Camping Caravaning

« Dans un premier temps, je tiens à féliciter la DICA d'avoir pris cette initiative. Il s'agit de quelque chose de très attendu. Nous avons trop d'adhérents qui ont eu des problèmes dans des transactions de particulier à particulier, sans aucune garantie, sans possibilité de recours contre le vendeur. Certains ont engagé des procédures très onéreuses. Reste que le vice caché demeure un fléau. Nous avons donc aidé la DICA à mettre en place la charte Occasion ProCampingCar, un travail main dans la main. Ils l'ont conçue, nous l'avons validée. Cette charte va permettre de normaliser la relation acheteur-vendeur. Vous savez le camping-car est un produit techniquement complexe entre porteur et cellule. La charte apporte la garantie pour le client d'acheter un véhicule en connaissance de cause. De quoi satisfaire nos adhérents ! »

Cette charte va permettre de normaliser la relation acheteur-vendeur.

Il est à noter que la Fédération Française de Camping Caravaning compte 120 000 adhérents dont 40 000 camping-caristes. Cette association est reconnue d'utilité publique par les pouvoirs publics.

« Cette Charte va nous permettre de donner une impulsion vis-à-vis du client final, de marteler qu'un **véhicule d'occasion s'achète d'abord en concession** »

Nicolas Clasadonte, CLC

porter de la confiance et de la sécurité aux clients. Je vais également m'associer au site Internet alors même que nous sommes en train d'en développer un. J'y vois même une complémentarité nécessaire », assure Olivier Trinquié, directeur du réseau TPL. En effet, l'aspect institutionnel et généralisé de cette charte de qualité, portée par un syndicat, est susceptible de transcender les opérations purement commerciales déjà engagées par les groupements et les grands groupes. Cette charte Occasion ProCampingCar est dotée d'une vraie légitimité ! Mais Olivier Trinquié prévient : « Comment les concessionnaires vont-ils se l'approprier et adhérer au projet ? Comment vont-ils gérer cette nouvelle approche plus professionnelle. Ce sont de vraies

questions. Chez nous, au sein du groupe, il a fallu du temps pour imposer les démarches pour s'adapter aux retours des véhicules à remplacer. Un travail de longue haleine ! »

« La charte va nous inciter à plus de rigueur »

Comme en échos, François Guian, distributeur indépendant, reconnaît ainsi qu'aujourd'hui les véhicules d'occasion passent souvent au deuxième plan lorsque la saison bat son plein. « Même si nous avons mis des procédures en place il y a quatre ans, il n'est pas rare que l'on prépare les VO un peu tard, après le bon de commande. La charte Occasion ProCampingCar va nous permettre de remettre de l'ordre dans la maison. Elle va

nous pousser à faire une préparation avant la vente, elle va nous inciter à plus de rigueur, à enfin aller au fond des choses. Il s'agit là d'une démarche utile qui va nous distinguer par rapport à l'offre massive des particuliers ». Répondre à une demande qui exige toujours plus de professionnalisme, tel est l'objectif de la charte. François Guian sait que le succès passe par là. Cela fait vingt-cinq ans qu'il lutte pour donner une bonne image de marque du métier. « C'est un fait, nous pêchons encore au niveau du VO. Le VO est resté trop longtemps la cinquième roue du carrosse. Aujourd'hui et plus que jamais, pour dynamiser nos trésoreries, il devient urgent de faire tourner le stock de VO », admet François Guian. La charte de la DICA tombe à point nommé !

Une charte pour changer la culture du consommateur

Et puis il y a la communication. Le nouveau nerf de la guerre. La charte Occasion ProCampingCar doit bousculer les habitudes des consommateurs qui se sont égarés dans le gré à gré à particulier. Acheter un VO en concession n'est plus dans la cul-



Programme Occasion ProCampingCar : Combien ça coûte ?

La contribution annuelle d'adhésion à la charte s'élève à 500 euros HT par point de vente. Ce montant couvre notamment les frais relatifs aux outils de communication et de publicité obligatoires pour coller aux conditions générales indispensables, notamment le kit de base. A cela, il faut ajouter les 15 euros que coûte le macaron numéroté et infalsifiable, qui doit être apposé sur les véhicules. « L'idée essentielle repose sur le fait que cette opération doit trouver son autonomie et son équilibre financier d'ici deux à trois ans », confie Pascal Arnoud. Il est bien évident que le coût lié par exemple à la garantie de 18 mois n'entre en rien dans cette contribution. Autant de petits écots qui au final devraient rapporter beaucoup aux distributeurs participants ! Tel est d'ailleurs en substance le but final de cette charte.

ture du consommateur. Et les tests réalisés par certains concessionnaires sur des journaux d'annonces montrent bien qu'une même annonce portée par un particulier ou un professionnel n'a pas le même taux de retour. Le particulier l'emporte largement. « Il faut que cela change », assène un distributeur convaincu des bienfaits de la charte Occasion ProCampingCar pour redorer le blason des pros dans le VO. « Les particuliers doivent savoir que nous offrons des possibilités de financement adapté au produit avec des extensions de garantie. Il faut communiquer avec force auprès des particuliers. C'est cela qui manque le



Des outils spécifiques pour un programme unique.



La possibilité d'un essai routier, une offre qui va faire mouche !

► plus », confie Philippe Agest. Un avis partagé par Patrick Busserau du groupement Destinea qui se met doucement en place. Pour le groupement, la mise en place de cette charte Occasion ProCampingCar est une aubaine. « Nous allons certainement la valider. Nous appliquons une charte un peu similaire sans réellement communiquer. Autant dire que la mise en place de la charte Occasion ProCampingCar fait du bien. Elle nous permet d'appuyer notre image de professionnel et de le démontrer à nos clients de façon très institutionnelle. Le fait que la DICA porte le projet est très valorisant et très rassurant pour la clientèle ».

Objectif : récupérer 10% du marché dans un premier temps

Manifestement, les distributeurs disposent du savoir-faire en matière de VO même si ce secteur

« Dégager de la valeur ajoutée sur les VO va aider à surmonter la crise. »

Patrick Sanz

a besoin d'être parfois un peu plus structuré. En revanche, le faire savoir en matière de garanties et de prestations de services sur le VO pointe aux abonnés absents. La charte Occasion

ProCampingCar est donc l'occasion de donner une vraie ligne directrice mais surtout de mettre en avant les avantages des distributeurs adhérents sur les particuliers. Avec un message clair : toujours plus de professionnalisme pour éviter aux clients le cauchemar des vices cachés et des véhicules inadaptés à leurs besoins (satisfait ou remplacé). « Nous allons faire vivre cette charte par une PLV adaptée et agressive, par des annonces rédactionnelles dans les revues spécialisées, dans la presse grand public, auprès des organismes de consommateurs, dans les magazines et outils de la FFCC et de 60 millions de consommateurs, par le biais des SMS, MMS et e-mailings et sur Internet bien sûr. Notre objectif est de récupérer au moins 10% du marché dans un premier temps. Il y a aujourd'hui, à l'heure où il devient difficile de contenir ses marges, une vraie prise de conscience quant à la rentabilité des entreprises de VDL. Dégager de la valeur ajoutée sur les VO va aider à surmonter la crise. C'est un fait



et c'est aussi pour cela que la charte Occasion ProCampingCar est si bien accueillie par toute la profession, unanimement », conclut Patrick Sanz, non sans rappeler que cette fameuse charte est tout de même le fruit de deux ans de travail. Le temps nécessaire pour trouver l'alchimie de fédérer tous les acteurs, quels qu'ils soient et d'engager toutes les bonnes volontés. Envoyées le 7 mai dernier aux adhérents de la DICA, les adhésions sont attendues nombreuses afin de peser le plus possible sur ce projet commun, véritable nouvelle donne dans le marché occasion des VDL en France.



Trois questions à...

Berislav Kovacevic,

Conseil en entreprises, dirigeant de Solutions VO

La Tribune : L'une des propositions phare de la charte est le "satisfait ou remplacé". Quelle conséquence pour les concessionnaires ?

BK : Il s'agit là d'une mesure très marketing qui rassure le client plus qu'elle n'entrave la bonne marche des entreprises. Ce type de mesures ne concerne qu'un client sur quatre mille. Elle demeure marginale mais a un fort impact sur la confiance du consommateur.

La Tribune : Cette charte ne fait-elle pas doublon avec certains programmes déjà mis en place par des groupes ou des groupements ?

BK : Doublon ou pas, c'est un faux problème. Les distributeurs sont libres de disposer d'un double « label » s'il le désire. Je mets « label » entre guillemets car il s'agit d'un mot juridique qu'on ne peut utiliser dans ce cas. Un label est très contrôlé avec un cahier des charges complexe et doit surtout être certifié par décret. Mais revenons à la char-

te Occasion ProCampingCar. Elle n'a pas vocation à être un programme unilatéral. Elle peut coexister avec ce qui existe déjà, être abondée. Elle peut aussi évoluer, vivre au travers de nouvelles idées, de nouveaux services. Elle n'est pas figée. Elle participe par ses outils marketing et sa communication à la valorisation d'un savoir-faire. C'est bien cela qui est important.

La Tribune : Comment les concessionnaires vont-ils réagir à ces nouvelles mesures ?

BK : Il est certain qu'il faudra du temps à certains distributeurs pour comprendre et digérer les exigences auxquelles ils vont être soumis avec cette charte. Nous mettons ainsi en place des formations fin juin et en juillet pour montrer à quoi tout cela va servir, sur la pertinence de la PLV ou de la mise en ligne sur In-

La charte Occasion ProCampingCar n'est pas une contrainte mais bien au contraire une chance.

ternet des produits. La charte Occasion ProCampingCar n'est pas une contrainte mais bien au contraire une chance. Avec pour ambition de voir grimper la part des VO dans les comptes d'exploitation !