

Accompagner un projet

HOTELLERIE DE PLEIN AIR



AUVERGNE
NOUVEAU MONDE
[TOURISME]



> L'offre campings en Auvergne

L'évolution qualitative fait ressortir une **élévation du niveau global** par une diminution forte du nombre d'emplacements 1* (-35%) et parallèlement, une importante augmentation du nombre d'emplacements classés 4* (+17%).

De même, on assiste à une **augmentation significative des locatifs** : +82% entre 2001 et 2008.

Plus le niveau de confort augmente, plus le nombre moyen d'emplacements est important. Globalement en Auvergne, **36% des campings et 50% des emplacements sont classés 3* et 4***. 12% des emplacements sont équipés de locatifs fixes. **Le taux d'équipement locatif est de 19% pour les campings privés contre 6% pour les campings publics**. 73% de l'offre locative, recherchée par la clientèle, est en gestion privée.

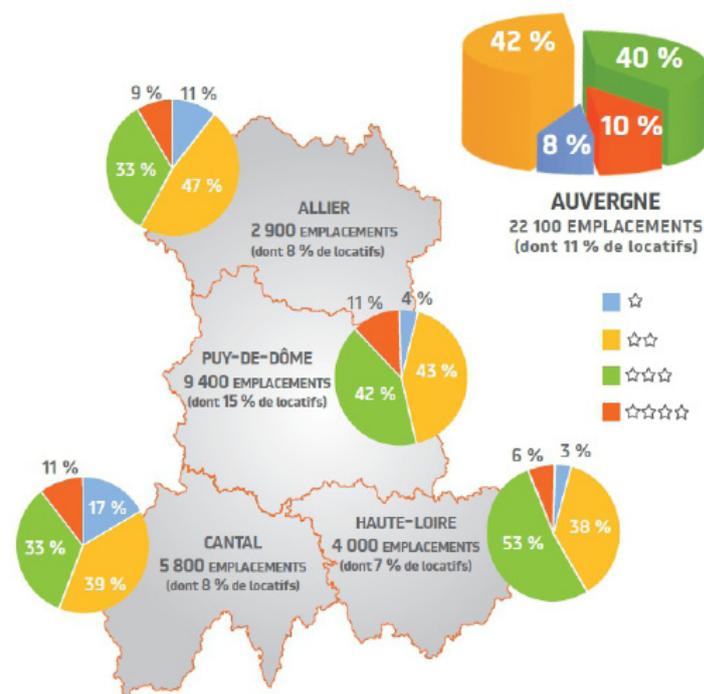
Si le marché des caravanes fléchit d'environ 1% par an, celui des **camping-cars est en plein essor** (plus de 250 000 unités en France). Ces derniers circulent beaucoup et fréquentent de plus en plus les campings.

Typologies de campings : **Camping Club** (de taille très importante avec des équipements lourds de type mobil-homes, piscines, toboggans, discothèques) ; **Camping familial** (avec du locatif de qualité et des animations pour les enfants) ; **Camping Nature** (situé sur des sites d'exception permettant les loisirs sportifs, sans animation ni grands équipements).

> Le profil des clientèles

- > 35/64 ans.
 - > Retraités ou employés, professions intermédiaires.
 - > En couples et sans enfant.
 - > En séjour semaine ou quinzaine.
- De façon générale, le campeur, français ou étranger, reste plus longtemps dans les campings haut de gamme, sur des emplacements équipés.
- > Plus de 3 clients sur 5 sont fidèles à la destination Auvergne.
 - > Ils dépensent en moyenne **31 € par jour et par personne dont 11 € pour se loger**.
 - > La qualité de l'environnement et de l'accueil passent largement avant le prix

Répartition de l'offre selon le niveau de classement



Hébergements locatifs et équipements de loisirs

Le fait majeur qui se confirme est la **progression très importante** (de l'ordre de 10% par an) de la **demande de locatif**, des mobil-homes et hébergements légers de loisirs. Le locatif modifie donc les modes de gestion des terrains de camping. De plus, en France, **plus de 40% des campings possèdent une piscine**, équipement incontournable aux yeux de la majorité des tour-opérateurs.

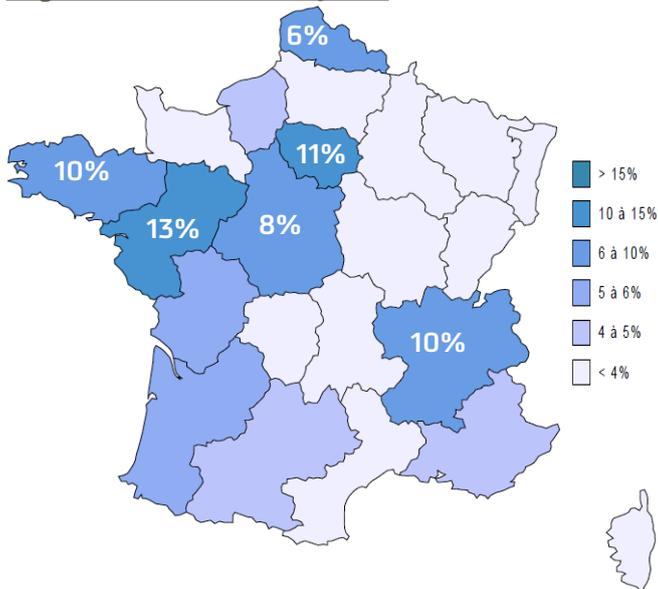


>>> Ceux qui optent pour les formules locatives

- > 35/49 ans.
- > Moins de retraités, plus d'employés et d'ouvriers.
- > En familles (2 enfants).
- > En séjour semaine (près de 1 sur 2).
- > Plus de primo visiteurs (1^{er} séjour en Auvergne).
- > Ils dépensent en moyenne **37 € par jour et par personne dont 17 € pour se loger**.
- > Ils sont plus sensibles à la qualité de l'hébergement et aux possibilités d'animation.

>>> Ceux qui choisissent les formules tentes/caravanes

- > Plus de jeunes seniors et de retraités.
- > Plus de courts séjours.
- > Très fidèles à l'Auvergne.
- > Ils dépensent en moyenne **27 € par jour et par personne dont 8 € pour se loger**.



> La fréquentation des campings auvergnats

En Auvergne, les campings enregistrent **1,6 million de nuitées**. Depuis 2001, les emplacements locatifs se louent davantage saison après saison, alors que les emplacements nus perdent des jours de location. **Un emplacement équipé de locatif fixe se loue en moyenne 10 semaines par saison** (mai à septembre) contre moins de 5 pour un emplacement nu. De plus, **on séjourne 2 fois plus longtemps sur les emplacements équipés** (7,2 nuits contre 3,5 nuits pour les emplacements nus). **3 séjours sur 5 sont réalisés dans les campings haut de gamme.**

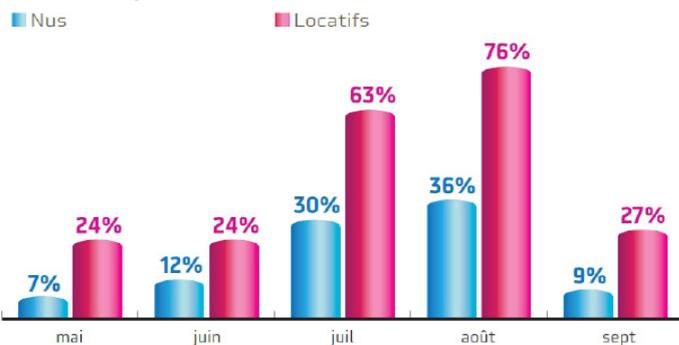
> L'origine géographique des clientèles

La **clientèle française** est issue des bassins d'émission classique de l'Auvergne. On note toutefois une légère surreprésentation des régions Ouest et du Nord-Pas-de-Calais.

L'hôtellerie de plein air est le type d'hébergement dont la part de **clientèle étrangère** est la **plus élevée (26%)**, notamment dans le **haut de gamme (30%)**. Le premier marché est la **clientèle néerlandaise**, qui représente à elle seule la moitié des arrivées étrangères et **62% des nuitées étrangères** (contre 42% en France).



Taux d'occupation



> Performance des établissements

Source Insee 2010 (mai à septembre)

	1 étoile	2 étoiles	3 étoiles	4 étoiles	Auvergne
Nombre moyen d'emplacements par établissement	40	60	93	126	72
Part des emplacements locatifs	7%		17%		13%
Taux d'occupation (TO)	19%		28%		24%
TO des emplacements locatifs	38%		50%		47%
Nombre moyen de nuitées par établissement	2 930		10 837		5 902
Part de clientèle étrangère	18,2%		26,9%		24,2%
% étrangers des emplacements nus	22,1%		34,7%		30,4%

INVESTISSEMENT

> Achat d'un camping existant

Il faut évaluer le **prix du terrain**, la **valeur des meubles bâtis** et le **coût du fonds de commerce**. Ce dernier s'évalue soit selon le chiffre d'affaires (1 à 1,5 fois le CA moyen des 3 dernières années), soit selon le bénéfice net (3 à 10 fois le bénéfice net selon le salaire déduit ou non de l'exploitant). Autre indicateur du prix : compter **entre 3 000 et 6 000 € l'emplacement**.



> Coût d'une création

L'investissement moyen par camping (hors acquisition du foncier) est de l'ordre de **350 000 € HT**. En Auvergne, le coût moyen observé est **d'environ 500 000 € HT**.

Ce coût élevé est dû à plusieurs facteurs : l'acquisition d'hébergements légers de loisirs (HLL) haut de gamme (bois, éco-construction, surface importante...) et la création principalement de campings 3 et 4*.

> Coûts moyens par emplacement

Pour la création d'un terrain d'au moins **200 emplacements** (foncier et équipements de loisirs non compris) :

1/2 étoiles	1 400 € HT
3 étoiles	2 300 € HT
4 étoiles	4 000 € HT



Equipement de Bien-Etre

Encore réservé il y a peu à une clientèle de luxe, le Spa s'est désormais largement démocratisé et devient un équipement de plus en plus recherché par la clientèle. En création, l'investissement nécessaire pour un Spa est de l'ordre de **1 800 à 2 500 €/m²** (+1 500 €/m² avec gros œuvre).

Coûts moyens HT d'équipements :

- > bain storvatt : 6 000 €
- > cabine de soin humide : 9 000 €
- > hammam/sauna (6/8 places) : 11 000 €
- > baignoire hydromassante : 25 000 €
- > bain à remous (8/10 places) : 30 000 €
- > piscine (120 m² avec plage) : 110 000 €

> Coûts moyens des structures locatives

Tente toile et bois (20 m²) : 8 000 à 12 000 € HT

Mobil-home (25 m²) : 18 000 à 25 000 € HT

Roulotte (21 m²) : 35 000 € HT

HLL-chalet bois (35 m²) : 20 000 à 30 000 € HT

FONCTIONNEMENT

> Masse salariale

En hôtellerie de plein air, les charges de personnel ne sont pas très importantes et représentent en moyenne **18 à 20% du chiffre d'affaires**. Celles-ci augmentent avec le niveau de classement du camping, le degré d'équipement de loisirs et la typologie de camping.

Banque

Pour l'accompagnement financier de projet, les banques préfèrent un excédent brut d'exploitation (EBE), situé entre **35 et 40% du chiffre d'affaires**.

> Frais généraux

Ils représentent **18 à 22% du chiffre d'affaires** et les charges de publicité doivent représenter 2 à 5% du chiffre d'affaires.

> Chiffre d'affaires moyen

Un emplacement de camping génère en moyenne **1 900 € de chiffre d'affaires**. En Auvergne, un emplacement nu réalise environ **600 €** de chiffre d'affaires par an et un emplacement équipé de locatif génère environ **4 500 €** (hors épicerie, restauration et loisirs).



AUVERGNE
NOUVEAU MONDE
[T O U R I S M E]

Mission d'Ingénierie et d'Aménagement Touristique d'Auvergne

Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne

7, allée Pierre de Fermat - 63178 Aubière cedex

miata@crdt-auvergne.fr - www.auvergne-tourisme.info



Sources

Conseil régional d'Auvergne, INSEE, SPOT/CRDTA, APCE, Coach Omnium & Spas, BDMPE, DAICI, ICF/Argus du commerce, FCGA, revue l'OT, FFCC.

Crédits photos

Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne
Photographes : SOISSONS Pierre, Ludovic COMBE - Orizon photographie bocages, FOURNIER Philippe, FROBERT David