



L'hôtellerie de plein air en France et en région

**Financiarisation, pressions des OTA, stratégies de marque et de différenciation :
quelles perspectives pour l'activité et les marges d'ici 2018 ?**

Le groupe **Xerfi** vient de publier sa nouvelle édition 2017 de l'étude sur l'hôtellerie de plein air en France et en région. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



*Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com*

Avec le code étude 6SME43

Cathy Alegria
Directrice d'études
Xerfi France

L'hôtellerie de plein air en France et en région

**Financiarisation, pressions des OTA, stratégies de marque et de différenciation :
quelles perspectives pour l'activité et les marges d'ici 2018 ?**

Nouvelle édition – Janvier 2017

350 pages

Un secteur plus que jamais à deux vitesses

Alors que l'industrie touristique française subit de plein fouet le contrecoup des attentats, la fréquentation des campings résiste. Une solidité qui permet aux exploitants de maintenir leurs marges à haut niveau et qui incite encore les investisseurs à prendre pied sur le marché. Toujours plus financiarisée, l'hôtellerie de plein air poursuit ainsi sa consolidation. À tel point que les chaînes captent aujourd'hui près de la moitié du marché, contre seulement un tiers cinq ans plus tôt. Mais de telles mutations fragilisent logiquement les indépendants dont les capacités d'investissement sont bien moins importantes que les chaînes nationales. Et ce d'autant plus face à la percée des OTA (Camping & Co, Camping N°1, etc.), des comparateurs de prix (Toocamp, Pelicamp, etc.) et du camping chez l'habitant. Dès lors, **quels sont les leviers à actionner pour garder le cap de la croissance ? Comment évolueront les marges des exploitants d'ici 2018 ? Et dans quelles régions sont-elles les plus élevées ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2018**
Bilan de la saison 2016, analyse de l'activité des campings (nuitées, taux d'occupation, chiffre d'affaires), prévisions sur le chiffre d'affaires et le taux de résultat net des campings.
- **Tous les chiffres pour mesurer les performances des campings**
Évolution des postes de charges, des ratios de performance (taux d'excédent brut d'exploitation et de résultat courant avant impôt), des investissements et de la rentabilité financière. Comparaison des ratios des campings selon leur profil (indépendants vs sociétés rattachées à une chaîne).
- **Les fiches d'identité de 8 régions clés**
Chiffres clés sur l'offre et l'activité des régions en 2015 (Aquitaine, Bretagne, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, PACA, Pays-de-la-Loire, Poitou-Charentes et Rhône-Alpes), comparaison de plusieurs indicateurs économiques et financiers entre 2012 et 2015 sur la base de panels exclusifs.
- **Le décryptage des axes de développement des exploitants**
Extension des réseaux, différenciation des prestations, digitalisation de l'offre, multiplication des canaux de distribution, clarification de l'image de marque, etc.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des exploitants de campings en 2018. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande (flux touristiques, fréquentation des campings, arbitrages des vacanciers, etc.), le contexte concurrentiel (volatilité de la clientèle, succès des locations entre particuliers et du gamping, pressions exercées par les OTA, etc.) et les mutations de l'offre (investissements, différenciation, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DE L'ACTIVITÉ

1. LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

2. L'ACTIVITÉ DE 2010 À 2016

- La fréquentation selon la clientèle et le type d'emplacement
- Le taux d'occupation
- Les tarifs et le chiffre d'affaires

3. LES PERFORMANCES FINANCIÈRES DES CAMPINGS SELON LEUR PROFIL DE 2010 À 2016 (INDEPENDANTS VS STRUCTURES RATTACHÉES A UN GROUPE)

- Le chiffre d'affaires
- Les principaux postes de charges
- Les soldes intermédiaires de gestion
- La structure et la rentabilité financières

4. L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR EN RÉGION

- Le positionnement des principales régions de l'hôtellerie de plein air selon la taille moyenne, les investissements et les performances opérationnelles de leurs campings en 2015 (panels Xerfi)
- Les fiches d'identité de 8 régions clés en 2015 (offre des campings, chiffre d'affaires, performances économiques et investissements)

5. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2018

- Le chiffre d'affaires des campings (panel Xerfi)
- Le taux de résultat net des campings (panel Xerfi)
- Les opportunités et menaces à moyen terme

2. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT DE L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR

1. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT EXTERNE

2. LE BILAN TOURISTIQUE 2016

- La fréquentation touristique française et étrangère
- La concurrence des autres modes d'hébergement

3. LES NOUVEAUX COMPORTEMENTS TOURISTIQUES

- Le taux de départ des Français en vacances (2010-2016) et les arbitrages des vacanciers
- Le succès des locations entre particuliers
- L'essor du tourisme en ligne et le recours aux comparateurs / OTA

4. LE CAMPING EN FRANCE

- Les attentes et les profils des campeurs
- Le parc de camping-cars et de caravanes (2005-2015)

3. LES FORCES CONCURRENTIELLES

1. LE CONTEXTE CONCURRENTIEL

2. L'ANALYSE DES FORCES CONCURRENTIELLES

- Le pouvoir de négociation des fournisseurs et des clients, la menace des nouveaux entrants, la concurrence des substituts et l'impact de la réglementation
- Études de cas sur l'essor des sites internet de gamping (Camp in my garden, HomeCamper, Owlcamp, etc.) et sur deux groupements d'achats (Le GAIN et Cèdre Camping)

4. LES AXES DE DÉVELOPPEMENT

1. L'EXTENSION DES RÉSEAUX

- Dynamique des emplacements et campings appartenant à une chaîne ou à un groupe et éphémérides sur les extensions de réseaux depuis 2015

2. LA DIFFÉRENCIATION DE L'OFFRE

- Vue d'ensemble des axes de différenciation des campings, positionnement des réseaux et initiatives des campings en matière de différenciation depuis 2014

3. LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE DES CAMPINGS

- Étude de cas sur l'offre BtoB de Vacaliens Group

4. LA MULTIPLICATION DES CANAUX DE DISTRIBUTION

- Panorama des canaux et études de cas sur la Compagnie des Vacances, Ze-Camping et Camping.online

5. LA CLARIFICATION DE L'IMAGE DES MARQUES

- Présentation des actions correctives des chaînes de campings visant à clarifier leur positionnement

6. LA DIGITALISATION DE L'OFFRE

- Principaux investissements depuis 2014 pour générer du chiffre d'affaires et accroître la notoriété

Dans cette étude, les experts de Xerfi ont analysé le paysage concurrentiel sur le marché français. À la tête de près de 90% des terrains, les indépendants restent encore très majoritaires. Mais ils doivent faire face à l'essor des chaînes de campings et aux ambitions des investisseurs. Attirés par une activité dynamique et des performances financières de haut niveau, fonds d'investissement, promoteurs immobiliers et grands groupes du tourisme sont en effet de plus en plus nombreux à se positionner sur ce marché en devenir.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les exploitants de l'hôtellerie de plein air. Parmi ceux-ci figurent l'extension des réseaux, la différenciation de l'offre de prestations, les investissements dans le numérique (modernisation des sites internet, création d'applications mobiles, présence active sur les réseaux sociaux) ou encore la multiplication des canaux de distribution (OTA et tour-opérateurs en tête).

5. LA STRUCTURE ÉCONOMIQUE ET LES FORCES EN PRÉSENCE

1. LA STRUCTURE ÉCONOMIQUE DU SECTEUR

- Le parc de campings (nombre de terrains et d'emplacements, capacité d'accueil, effectifs)
- Le parc de campings selon le type d'emplacements, la catégorie d'étoiles, la localisation géographique)

2. LES FORCES EN PRÉSENCE

- Les profils des acteurs de l'hôtellerie de plein air, le classement des principaux groupes intégrés et des groupements d'indépendants de campings
- L'analyse SWOT et les chiffres clés des campings indépendants et des campings rattachés à des chaînes

6. LES FICHES D'IDENTITÉ DES ACTEURS

1. LES GROUPES INTÉGRÉS

- CIAT ; Homair Group ; Huttopia & Cie ; Odalys Vacances ; Pierre Houé et Associés ; Sandaya ; Vacalians Group

2. LES RÉSEAUX DE FRANCHISES

- Flower Campings ; Yelloh ! Village

3. LES GROUPEMENTS D'INDÉPENDANTS

- Airotel ; Les Castels ; Les Pieds dans l'Eau ; Sites et Paysages ; Sunélia ; Team Holiday Partners

7. LES INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 200 sociétés du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 200 sociétés selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2011-2015, selon la disponibilité des comptes. 63% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE

- | | | |
|--------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| • 123 VENTURE | • GROUPE SAUR | • PIERRE HOUE ET ASSOCIES |
| • 21 CENTRALE PARTNER | • GUIDE-CAMPING | • PROMEO |
| • AIROTEL | • HOMAIR GROUP | • SANDAYA |
| • APAX PARTNERS | • HUTTOPIA & CIE | • SIBLU |
| • AQUADIS | • LA COMPAGNIE DES VACANCES | • SITES ET PAYSAGES |
| • CAMPING & CO | • LES CASTELS | • SUNELIA |
| • CAMPING NO 1 | • LES PIEDS DANS L'EAU | • TEAM HOLIDAY PARTNERS |
| • CAPFUN | • NEWFUND | • THE CARLYLE GROUP |
| • CIAT | • ODALYS VACANCES | • TOOCAMP |
| • EASYVOYAGE | • OTIUM CAPITAL | • VACALIANS GROUP |
| • EUROPE PLEIN AIR | • PERMIRA | • VACANCES-CAMPING |
| • FINANCIÈRE DUVAL | • PROMEO | |
| • GROUPE MOVE PUBLISHING | | |

PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| • AIROTEL MER ET SOLEIL D'OLERON | • CAP MER ET LOISIRS | • LA TOURRE-PLAGE |
| • AL FRESCO HOLIDAYS | • CARAVANING SAINT HUBERT | • LAC DES TROIS VALLEES |
| • AQUADIS | • CESPEDS | • LE BOIS DORMANT |
| • AUTHIE TOURISME | • CHADOTEL | • LE CALIFORNIA |
| • BELEZY PROVENCE | • CHATEAU DE GALAURE | • LE CHENE GRIS |
| • BLANCS CHENES ET BELLEVUE | • COTE DE NACRE EXPLOITATION | • LE COLOMBIER |
| • BOIS FLEURI | • COTE VERMEILLE | • LE PLEIN AIR DES CHENES |
| • CAMP ATLANTIC | • AMARINE | • LE P'TIT BOIS |
| • CAMP'ARGENT | • DOMAINE DE CHAUSSY | • LE ROSNUAL |
| • CAMPASUN | • DOMAINE DE DIANE | • LE SAINT MARTIN |
| • CAMPING | • DOMAINE | • L'EDEN CAMPING |
| • CARAVANING LE LITTORAL | • DE LA DRAGONNIERE | • LES PALMIERS |
| • CAMPING DE LA BAIE | • DOMAINE DE LA DUNE FLEURIE | • LES RIVES DU GOLFE |
| • CAMPING DE LA GARANGEIOIRE | • DOMAINE DES ORMES | • LES SALISSES |
| • CAMPING DE LA PLAGE & DES DUNES | • DOMAINE D'IMBOURS | • LES SIRENES |
| • CAMPING DE LA PLAGE ET DU BORD DE MER | • DOMAINE LES FLEURS D'AGDE | • LES TOURNELS |
| • CAMPING DE LA RIVE | • FLOWER EXPLOITATION CAMPINGS | • L'OREE DU BOIS |
| • CAMPING DE LA YOLE | • GERARD LOISIRS | • LOU PIGNADA |
| • CAMPING DE L'ESPIQUETTE | • GLM | • LOU PUNTAOU |
| • CAMPING DU FRONT DE MER | • HOTEL DE PLEIN AIR L'HIPPOCAMPE | • LOUS SEURROTS |
| • CAMPING DU PORT DE PLAISANCE | • INDIGO | • MANE GUERNEHUE |
| • CAMPING DU RANC D'AVAIN | • INDIGO PARIS | • MAR ESTANG |
| • CAMPING DU VAL DE LOIRE | • INGENIERIE LOISIRS DEVELOPPEMENT-HOMAIR VACANCES | • PALAVAS PLEIN AIR |
| • CAMPING ILBARITZ | • INTERNATIONAL CAMPING CARAVANING | • PALMYRE LOISIRS |
| • CAMPING LA PLAGE D'ARGENS | • KEL AIR VACANCES | • RONDINARA LOISIRS |
| • CAMPING LA SARDANE | • KON TIKI | • SIBLU FRANCE |
| • CAMPING LA SIRENE | • LA BOUTINARDIERE | • SOGEAT |
| | • LA BRINDILLE | • SYLVAMAR |
| | • LA CROIX DU SUD | • VACANCES DIRECTES |
| | | • VACANCES ET LOISIRS DU ROUSSILLON |
| | | • VAGUES OCEANES |
| | | • VERDON PARC |
| | | • VIA SOLEIL |
| | | • VILLAGE CENTER |
| | | • VILLAGE LOISIRS DE TY NADAN |
| | | • VITALYS PLEIN AIR |

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMÉDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6SME43** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Les résidences de tourisme et les villages de vacances**
6SME47 – Septembre 2016
- **L'hôtellerie en France**
6SME06 – Juin 2016

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6SME43 / XR

INFORMATIONS CLIENT

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Adresse email :

Téléphone :

TVA Intra :

N° SIRET :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/12/2017 (TVA 20,0%).

L'hôtellerie de plein air en France et en région

Financiarisation, pressions des OTA, stratégies de marque et de différenciation : quelles perspectives pour l'activité et les marges d'ici 2018 ?

MODE DE RÉCEPTION DE L'ÉTUDE COMMANDÉE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	1 600,00 € HT	2 000,00 € HT
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC



MODE DE RÈGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607