



RENAÎTRE ICI

# CAMPINGS

## DES CLES POUR AGIR



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme

[pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com](http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com)

# CAMPING DES CLÉS POUR AGIR

Pour parfaire votre connaissance du secteur d'activité de l'hôtellerie de plein air, vous trouverez ci-après des données clés sur ce marché.

**Offre et fréquentation :** offre présente sur les différents territoires, nombre moyen de nuitées par emplacement selon le classement, part des nuitées étrangères, taux d'occupation...

**Investissement et fonctionnement :** coût moyen par emplacement, chiffre d'affaires moyen par emplacement selon le niveau de confort, excédent brut d'exploitation...

**Des indicateurs fiables et pertinents pour les porteurs de projets, investisseurs et financeurs.**

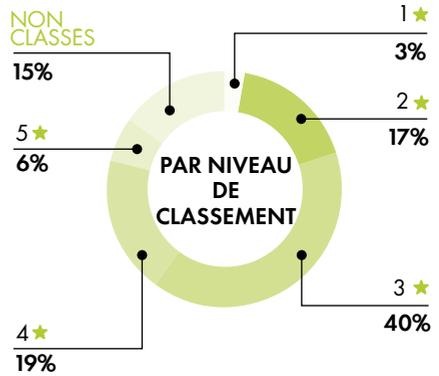
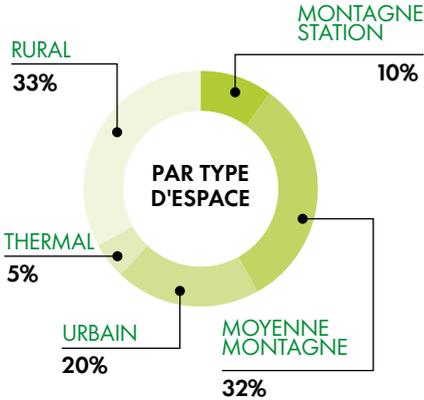
## L'OFFRE

### NOMBRE DE CAMPINGS ET D'EMPLACEMENTS PAR TYPE D'ESPACE ET NIVEAU DE CLASSEMENT

		Non classés	1 ★	2 ★	3 ★	4 ★	5 ★	Total
MONTAGNE STATION	Campings	37	4	35	40	9	3	128
	Emplacements	1 281	276	2 520	3 887	1 250	349	9 563
MOYENNE MONTAGNE	Campings	199	22	94	144	31	5	495
	Emplacements	7 370	971	5 780	11 447	3 670	1 179	30 417
URBAIN	Campings	44	10	39	80	25	3	201
	Emplacements	1 723	670	3 454	8 662	3 576	666	18 751
THERMAL	Campings	6	1	8	20	3	1	39
	Emplacements	274	100	520	2 883	550	52	4 379
RURAL	Campings	121	16	59	123	55	10	384
	Emplacements	3 699	554	3 550	11 296	8 864	3 365	31 328
REGION	Moyenne Emplacements/ Campings	35	49	67	94	146	255	76

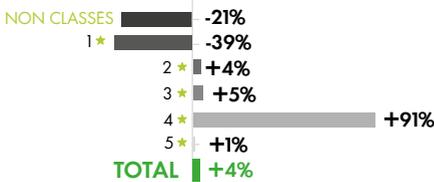
REPARTITION DES EMPLACEMENTS	2014	2018	2019
NUS	79%	75%	74%
EQUIPES	21%	25%	26%

## REPARTITION DU NOMBRE TOTAL D'EMPLACEMENTS



## EVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLACEMENTS DE 2015 À 2020

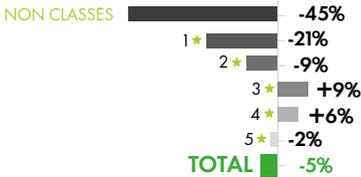
### MONTAGNE STATION



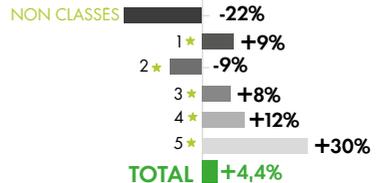
### MOYENNE MONTAGNE



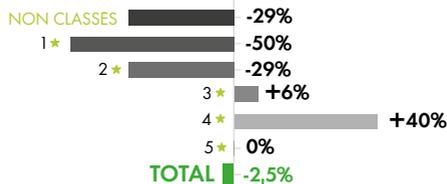
### URBAIN



### RURAL



### THERMAL

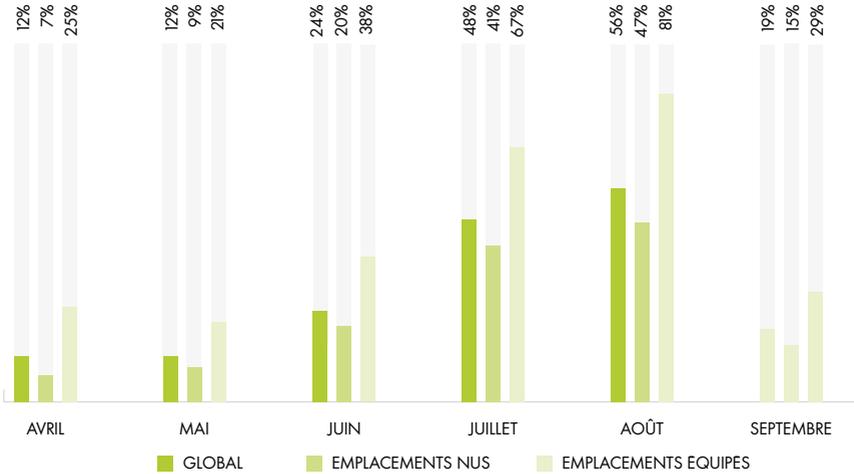


# LA FREQUENTATION

## TAUX D'OCCUPATION ET NOMBRE MOYEN DE NUITÉES PAR EMPLACEMENT, PAR TYPE D'ESPACE ET NIVEAU DE CLASSEMENT

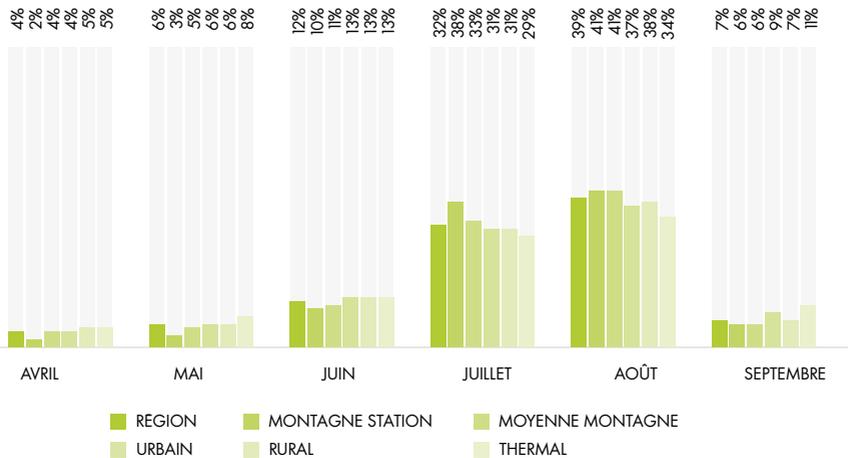
Saison mai à septembre		Non classés	1 ★ ou 2 ★	3 ★, 4 ★ ou 5 ★	Total
<b>MONTAGNE STATION</b>	Taux d'occupation	26%	30%	34%	<b>32%</b>
	Nbre moyen de nuitées par emplacement	68	79	123	<b>103</b>
<b>MOYENNE MONTAGNE</b>	Taux d'occupation	20%	25%	34%	<b>29%</b>
	Nbre moyen de nuitées par emplacement	51	73	142	<b>105</b>
<b>URBAIN</b>	Taux d'occupation	27%	29%	40%	<b>37%</b>
	Nbre moyen de nuitées par emplacement	77	77	162	<b>135</b>
<b>THERMAL</b>	Taux d'occupation	ND	37%	38%	<b>37%</b>
	Nbre moyen de nuitées par emplacement	ND	103	140	<b>130</b>
<b>RURAL</b>	Taux d'occupation	17%	28%	38%	<b>34%</b>
	Nbre moyen de nuitées par emplacement	46	90	170	<b>145</b>
<b>REGION</b>	Taux d'occupation	20%	28%	37%	<b>33%</b>
	Nbre moyen de nuitées par emplacement	42	70	175	<b>126</b>

## TAUX D'OCCUPATION MENSUEL



**Clef de lecture :** Au mois de juillet, le taux d'occupation moyen est de 48% en région, 41% dans les emplacements nus et 67% dans les emplacements équipés.

## REPARTITION DES NUITEES SELON LES ESPACES

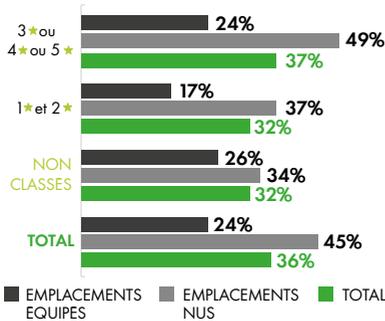


**Clef de lecture :** Le mois d'août représente 39% des nuitées annuelles réalisées dans les campings en Auvergne-Rhône-Alpes. En Montagne station, le mois d'août concentre 41% des nuitées annuelles réalisées sur cet espace.

# L'APPROCHE CLIENT

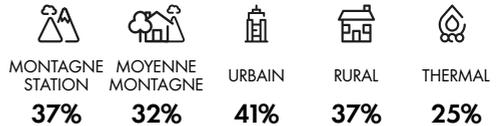
## CLIENTELE ETRANGERE

### Part de la clientèle étrangère selon le niveau de classement et le type d'emplacement

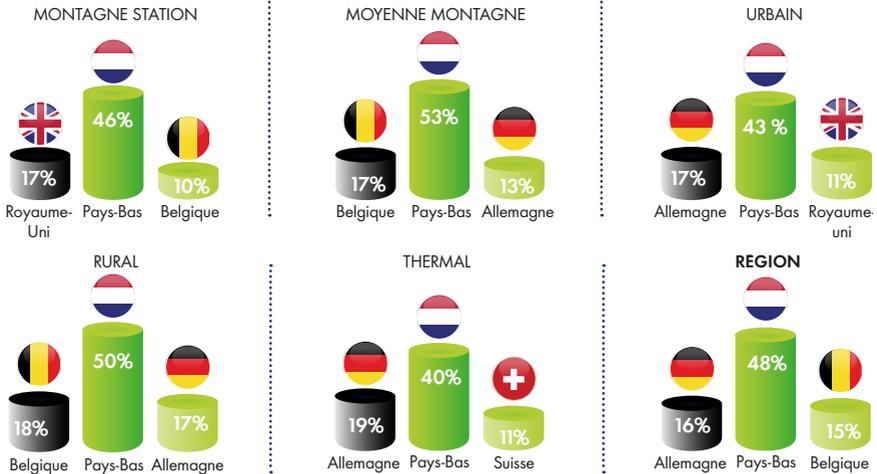


En zone urbaine, la part de la clientèle étrangère est largement supérieure à la moyenne régionale (+5 points).

Selon le niveau de classement, la part de la clientèle étrangère atteint les 49% dans les emplacements nus des campings 3, 4 ou 5 étoiles.



### Origine clientèle étrangère



### Les principales attentes en matière d'équipements et de services



Confort et services de qualité



Restauration diversifiée



Propreté



Activités sportives variées



Prestations bien-être

# LES INVESTISSEMENTS

Créer un nouveau camping coûte cher. En maîtrise d'ouvrage privée, on estime l'investissement à au moins 15 000 € HT par emplacement, sur une base minimum de 150 places, hors hébergements locatifs et achat du foncier.

## COÛT MOYEN D'UNE HABITATION LEGERE DE LOISIRS

SURFACE TOTALE	15 M <sup>2</sup>	20 M <sup>2</sup>	25 M <sup>2</sup>	35 M <sup>2</sup>	50 M <sup>2</sup>	55 M <sup>2</sup>
SURFACE DU HLL	10 M <sup>2</sup>	12 M <sup>2</sup>	15 M <sup>2</sup>	23 M <sup>2</sup>	35 M <sup>2</sup>	40 M <sup>2</sup>
SURFACE DE LA TERRASSE	5 M <sup>2</sup>	8 M <sup>2</sup>	10 M <sup>2</sup>	12 M <sup>2</sup>	15 M <sup>2</sup>	15 M <sup>2</sup>
<b>PRIX TOTAL DU KIT COMPLET (TTC)</b>	<b>21 000 €</b>	<b>22 500 €</b>	<b>25 000 €</b>	<b>35 000 €</b>	<b>45 000 €</b>	<b>50 000 €</b>
DETAILS	WC, salle de bain, chambre	WC, salle de bain, kitchenette, chambre	WC, salle de bain, kitchenette, séjour, chambre	WC, salle de bain, kitchenette, séjour, chambre, salle à manger	WC, salle de bain, kitchenette, séjour, 2 chambres	WC, salle de bain, kitchenette, séjour, 2 chambres, salle à manger

# LE FONCTIONNEMENT

COÛT/EMPLACEMENTS en % du CA	1 ★ et 2 ★	3 ★, 4 ★ et 5 ★
ELECTRICITE	2% à 6%	2% à 6%
EAU	0,3% à 4,5%	0% à 5%
REDEVANCE BAIL	0% à 9%	0% à 21%
ENTRETIEN	2% à 19%	3% à 25%
ASSURANCE	0,5% à 4%	0,5% à 4%
ANIMATION	0,8% à 2%	0% à 4%
PUBLICITE	0,3% à 11%	1% à 9%

## CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN PAR EMPLACEMENT

	1 ★ et 2 ★	3 ★	4 ★ et 5 ★
CA MOYEN/ EMPLACEMENT	Valeur moyenne	Valeur moyenne	Valeur moyenne
NUS (CA/emplacement)	1 020 €	1 160 €	1 680 €
MOBIL-HOME/CHALETs (CA/emplacement)	5 210 €	5 110 €	6 630 €
RESIDENTIELS (CA/emplacement)	1 610 €	2 050 €	2 480 €
TAUX D'OCCUPATION LINEAIRES (Emplacements nus)	-	2 850 €	3 200 €
BUNGALOW TOILE	2 090 €	2 770 €	3 810 €
CA GLOBAL MOYEN/HEBERGEMENT	1 800 €	2 420 €	3 450 €

Remarque : Attention, il s'agit d'une valeur moyenne qui ne peut refléter la diversité des campings.

## RATIOS DE GESTION

COMPTE DE RESULTAT	1 ★ et 2 ★	3 ★, 4 ★ et 5 ★
Recettes camping (emplacements)	82,5%	80%
Marge négoce Mobil homes	0,9%	0,3%
Recettes annexes	16,6%	19,5%
<b>MARGE BRUTE GLOBALE</b>	<b>93,7%</b>	<b>92,9%</b>
Autres achats et charges externes	32,6%	28,8%
Loyers immobiliers	5,4%	5%
Crédits baux	1%	5,3%
<b>SOUS TOTAL AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES</b>	<b>39%</b>	<b>39,1%</b>
Valeur ajoutée	54,6%	53,8%
Impôts et taxes	2,2%	1,8%
Charges de personnel	12,3%	20,7%
Salaires et charges dirigeants	12,3%	7,5%
<b>EBE COMPTABLE</b>	<b>26,9%</b>	<b>23,7%</b>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>10,3%</b>	<b>8,8%</b>
<b>RESULTAT NET</b>	<b>6,5%</b>	<b>5,1%</b>

Ces ratios permettent aux gestionnaires de camping de se situer et d'identifier les éventuels écarts. Selon la typologie de leur camping, un retraitement peut s'avérer nécessaire. L'excédent brut d'exploitation retraité des loyers immobiliers et crédits-bails (EBE) se situe autour de 33% quel que soit le niveau de confort.

## Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme – Pôle Etudes Marketing

Directeur de la publication : Lionel FLASSEUR – Responsable de la rédaction : Jean-Francois JOBERT -  
 Rédacteur en chef : Guilhem PONCY - Rédacteur : Corinne ANDRAUD - Création et mise en page :  
 Agence Originis - originis.fr - Impression : Inore Groupe Impression - Tirage : 400 exemplaires - Crédit  
 photo : © Philippe Busser / Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Sources : Insee, Statista, MLV Conseil, BDO.



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme

PARTENAIRES D'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme :

