

RENAÎTRE ICI

VILLAGES VACANCES DES CLÉS POUR AGIR



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com

VILLAGES VACANCES DES CLÉS POUR AGIR

Pour parfaire votre connaissance du secteur d'activité des villages vacances, vous trouverez ci-après des données clés sur ce marché.

Offre et fréquentation : offre présente sur les différents territoires, nombre moyen de nuitées par unité de logement, part des nuitées étrangères, taux d'occupation, saisonnalité...

Investissement et fonctionnement : montant moyen des investissements réalisés, masse salariale, performance commerciale selon les espaces...

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

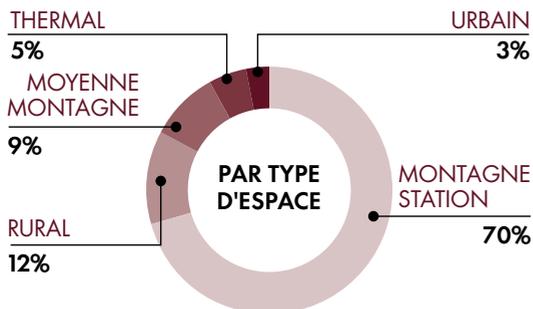
L'OFFRE

Historiquement, la démocratisation des villages vacances s'est faite avec l'apparition des congés payés de 5 semaines apparue en France dans les années 1970. L'offre s'est présentée sous différentes formes dans les années 1990 avec des entreprises privées, des collectivités, des organismes à but non lucratif, des mutuelles ou encore des comités d'entreprises. Ces structures sont souvent la propriété des collectivités locales et données en gestion à des organisations privées.

NOMBRE DE VILLAGES VACANCES ET LITS PAR TYPE D'ESPACE

	Villages vacances	Lits
MONTAGNE STATION	151	43 251
MOYENNE MONTAGNE	40	5 767
URBAIN	11	2 149
THERMAL	13	3 375
RURAL	22	7 138
REGION	237	61 680

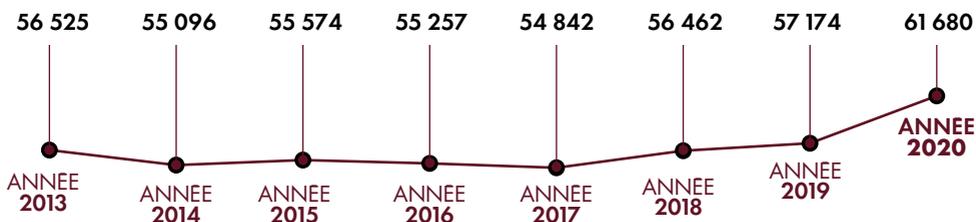
REPARTITION DU NOMBRE DE LITS



Auvergne-Rhône-Alpes : 1^{ère} région française pour son nombre d'établissements.

Ces villages vacances sont fortement implantés en montagne puisque les départements de Savoie, Haute-Savoie et Isère concentrent 72 % de la capacité offerte en lits.

EVOLUTION DU NOMBRE DE LITS DEPUIS 2013



NOMBRE MOYEN DE LITS PAR ETABLISSEMENT



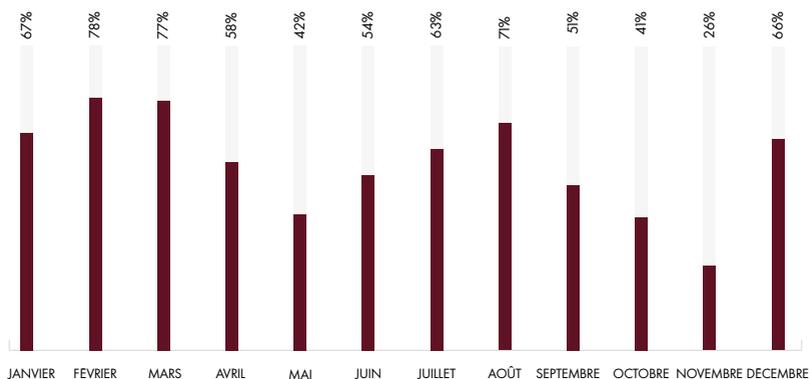
Sur les 237 villages vacances d'Auvergne-Rhône-Alpes, la moitié sont affiliés à l'UNAT (Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air). Tête de réseau du Tourisme Social et Solidaire, l'UNAT représente les principaux acteurs touristiques engagés en faveur du départ en vacances pour le plus grand nombre.

LA FREQUENTATION

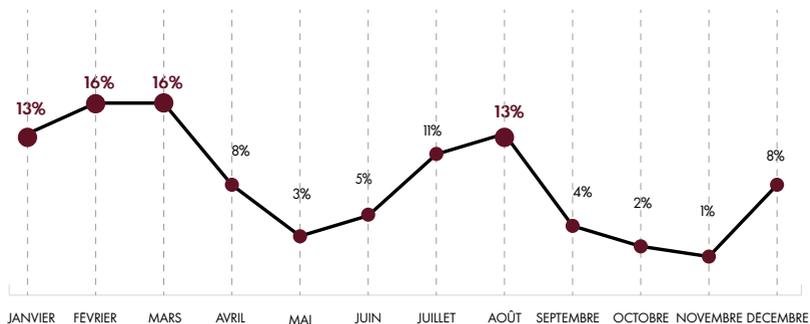
TAUX D'OCCUPATION ANNUEL

	TAUX D'OCCUPATION
RURAL	40%
MONTAGNE	74%
REGION	64%

TAUX D'OCCUPATION MENSUEL



REPARTITION MENSUELLE DES NUITEES

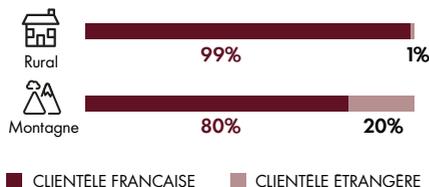


NOMBRE MOYEN DE NUITÉES PAR UNITÉ DE LOGEMENT

ANNEE 2013	ANNEE 2016	ANNEE 2019
365	299	314

L'APPROCHE CLIENT

PART DES NUITÉES DE LA CLIENTELE FRANÇAISE/ÉTRANGÈRE



DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR



SAISONNALITÉ (répartition des nuitées)

PRINTEMPS (avril à juin)	CŒUR D'ÉTÉ (juillet et août)	AUTOMNE (septembre à novembre)	HIVER (décembre à mars)
16%	24%	7%	53%

TOP 5 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES (au cours du séjour en village vacances)



CRITÈRES DE CHOIX DU VILLAGE VACANCES



LES INVESTISSEMENTS

COÛT MOYEN DES INVESTISSEMENTS REALISES DANS LES VILLAGES VACANCES EN 2019



EN FRANCE

93 000 €



EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

123 000 €

LE DEVELOPPEMENT DE NOUVEAUX VILLAGES

Le développement de nouveaux villages est notamment contraint par les problématiques foncières (disponibilité, coût...) et par la performance des destinations (attractivité, saisonnalité, offres touristiques...). Pour maintenir une dynamique de croissance, les opérateurs développent des stratégies alternatives :

La multiplicité des modes de développement

GESTION

La mise en place de mandats de gestion d'établissements détenus par des individuels permet aux opérateurs d'étendre leur maillage territorial

FRANCHISE

Initiée par VVF Villages, la franchise du concept de villages de vacances nécessite peu d'investissements mais un contrôle fort de l'image de marque, pouvant ainsi limiter le rythme d'expansion

PARTENARIATS DE COMMERCIALISATION

La liaison de partenariats de commercialisation permet d'élargir le panel de destinations offertes à leur clientèle

DE NOUVEAUX CRITERES D'IMPLANTATION

Traditionnellement implantés sur des localisations « mer, montagne, campagne », certains opérateurs se développent sur de nouvelles destinations comme l'international et la ville.

LE FONCTIONNEMENT

CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN REALISE DANS UN VILLAGE VACANCES EN 2019

EN FRANCE	EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
1 300 000 €	1 300 000 €

PERFORMANCES COMMERCIALES PAR ESPACE EN FRANCE (€ HT)

	RevPar hébergement	TrevPar hébergement	RevPar lits	TrevPar lits
CLUBS	69,4 €	80,7 €	20,4 €	24,1 €
Montagne	93,3 €	102,8 €	25,8 €	29,7 €
Rural	49,1 €	61,3 €	15,2 €	19,1 €
LOCATIFS	34,4 €	37,7 €	7,2 €	7,9 €

Clubs : villages offrant des prestations d'hébergement, de restauration et d'animation

Locatifs : villages offrant uniquement des prestations d'hébergement.

RevPar : Rapport entre le chiffre d'affaires hébergement (incluant les formules "all inclusive", pension complète et demie-pension) et le nombre d'unités d'hébergements (RevPar heb.) ou de lits disponibles (RevPar lits).

TrevPar : Rapport entre le chiffre d'affaires total et le nombre d'unités d'hébergements (TrevPar heb.) ou de lits disponibles (TrevPar lits).

PRIX MOYEN VENTE PAR ESPACE EN FRANCE

	Nombre de jours d'ouverture	Prix Moyen Vente
CLUBS	238	55,9 €
Montagne	242	63,3 €
Rural	249	49,1 €
LOCATIFS	188	20,6 €

Prix Moyen Vente : Rapport entre le chiffre d'affaires total et les nuitées vendues

COMPTE D'EXPLOITATION SIMPLIFIE D'UN VILLAGE VACANCES EN FRANCE

	CLUBS		LOCATIFS
	Montagne	Rural	
Charges directes d'exploitation	35,5%	26,9%	17%
Frais personnel	31,7%	41,5%	32,3%
<i>dont sous-traitance</i>	2,4%	2%	3,1%
Energie	4,8%	4,9%	8,1%
Autres charges d'exploitation	0,3%	5,4%	11,3%
RESULTAT BRUT D'EXPLOITATION	27,8%	21,3%	31,4%

TAXE FONCIERE MOYENNE PAR LIT



MONTAGNE
96€/lit



RURAL
48€/lit



FRANCE
76€/lit

EFFECTIF MOYEN* PAR UNITE D'HEBERGEMENT EN FRANCE



CLUBS
0,23



LOCATIFS
0,13

*Effectif moyen en ETP (Equivalent Temps Plein)

CHARGE DE STRUCTURE EN FRANCE



FRANCE
16%

La charge de structure correspond à l'ensemble des coûts administratifs, marketing et frais de siège. Le ratio indiqué est calculé en pourcentage du chiffre d'affaires total des villages.

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 : © Adobestock

Sources : Insee-DGE, KPMG, UNAT.



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

PARTENAIRES D'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme:

