

Fédération Nationale de l'Hôtellerie de plein air
Direction du Tourisme

L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR EN FRANCE :

MARCHE ET PERSPECTIVES

Décembre 2004

SOMMAIRE

Introduction	4
I. UNE ACTIVITE ETAYEE PAR DES TEXTES JURIDIQUES	5
I.1. L'hôtellerie de plein air se substitue au camping	5
I.2. Typologie des terrains de campings	5
I.2.1 Terrains de campings aménagés	5
I.2.2 Autres types de terrains de campings	6
I.3 Typologies des principales installations : habitations légères de loisirs et résidences mobiles de loisirs (dites mobil-homes)	7
I.3.1. Les habitations légères de loisirs (HLL) :	7
I. II. UN MODE D'HEBERGEMENT EVOLUTIF	8
II.1. Une concentration croissante de l'offre	8
II.1.1 Un leadership européen qui s'érode	9
II.1.2 Un nombre de terrains en diminution, mais un maintien de la capacité d'accueil	9
II.2. L'accent mis sur la qualité	10
II.3. Le renforcement des structures privées	12
II.4. L'espace littoral reste en tête de la capacité d'accueil en HPA.....	15
III. L'ETAT DE LA DEMANDE DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR.....	20
III.1. L'hôtellerie de plein air au premier rang des nuitées en hébergements marchands	20
III.1.1. Une situation stable sur la dernière décennie	20
III.1.2. Un taux d'occupation encourageant en 2003.....	21
III.2. 1996-2002 : Une évolution positive de la fréquentation dans l'hôtellerie de plein air	24
III.2.1. Une hausse constante des nuitées	24
III.2.2. Une prolongation de la durée de séjour dans le haut de gamme.....	26
III.2.3. Les Européens du Nord relayés par les Européens du Sud	27
III.3. Attentes et profils des clientèles	29
III.3.1. Un élargissement des classes d'âge	29
III.3.2. La tradition populaire du camping en diminution devant la progression de nouvelles catégories socio-professionnelles.....	30
III.3.3. Une hausse de fréquentation des clientèles urbaines.....	31
III.3.4 Un type d'hébergement familial.....	32
III.3.5 Réduction de la durée moyenne de séjours.....	33
III.3.6. Les lacs toujours en tête des espaces privilégiés	34
IV. DONNEES ECONOMIQUES DE CADRAGE	35
IV. 1. Un niveau d'activité soutenu	35
IV.2. Démographie des entreprises	38
IV. 3. Evolution des prix.....	40
IV. 4. L'emploi dans l'hôtellerie de plein air.....	43
IV.4.1. Une saisonnalité inhérente au secteur.....	43
IV.4.2. Analyse thématique	46
V. UN SECTEUR EN PROFONDE MUTATION	56
V.1. Des investissements en progression constante	56
V.1.1. Méthodologie de calcul des investissements dans l'HPA.....	56
V.1.2. De nouveaux produits pour une demande différente.....	58
V.1.3. Structuration de la profession	60
V.2. ... Liés à un effort soutenu en termes de qualité.....	62
V.2.1. Faire face à la concurrence européenne	62
V.2.2. La démarche Qualité.....	64
CONCLUSION.....	66

POINT METHODOLOGIQUE III	68
L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air	68
Principaux indicateurs.....	68
Espaces touristiques	68
L'enquête de Suivi de la Demande touristique : S.D.T	69
L'Enquête Annuelle d'Entreprises : E.A.E.....	70
ANNEXES	74

Conclusion	62
-------------------------	-----------

Points méthodologiques	63
-------------------------------------	-----------

Annexes	70
----------------------	-----------

INTRODUCTION

Avec presque 9000 terrains et son million d'emplacements, la France possède le deuxième parc de l'hôtellerie de plein air au monde, derrière les Etats-Unis. Il représente, par ailleurs, 53% de la capacité d'accueil en hébergements marchands en France. Or, non seulement celle-ci augmente depuis une dizaine d'années (+1,6%), mais la bonne santé du secteur est également perceptible grâce à un niveau d'activité élevé, et ce, malgré des facteurs conjoncturels peu favorables.

Ainsi, en 2003, le nombre de nuitées progressait-il de 0,8% (98,2 millions) rattrapant son niveau de 2001 en dépit du contexte politique et économique tendu et des catastrophes environnementales : indicateurs économiques européens en berne, guerre en Irak, naufrage du Prestige, épidémie de pneumonie atypique...

Le potentiel de progression de ce secteur est également important. On identifie actuellement 290 000 clients au plan national, et l'hôtellerie de plein air est le second hébergement de prédilection des Français, après l'hôtellerie et devant les résidences secondaires. Au niveau européen, 35 millions de personnes partent en vacances dont 16% en camping.

Pourtant, la concurrence étrangère est croissante, notamment en Europe méditerranéenne ; on observe une diminution du nombre de nuitées étrangères de 7% depuis 1999. La hausse de la clientèle française compense pour l'instant ce déclin, mais la tendance actuelle favorise plutôt l'hébergement non marchand (en famille et chez des amis) ou en camping-car... Ce marché a d'ailleurs progressé de 112% depuis 5 ans, pour atteindre 150 000 immatriculations en France.

Car le secteur de l'hôtellerie de plein air connaît surtout une mutation profonde, liée à la recherche croissante de confort et de loisirs. La demande en mobil-homes¹ tire la courbe ascendante des investissements : les emplacements locatifs se multiplient, 500 terrains sont à présent ouverts toute l'année et le concept « mer-littoral » n'est plus la priorité. Aujourd'hui, le développement des courts séjours permet de repenser la saisonnalité.

Ce mouvement s'accompagne d'une montée en gamme de l'offre, qui s'apparente actuellement à celle des « clubs vacances », plus qu'à l'image traditionnelle du « sac à dos - tente igloo ». Comme dans les autres professions touristiques, la recherche d'un niveau de qualité optimal est un des grands chantiers de l'hôtellerie de plein air, grâce notamment à la charte « Camping Qualité ».

L'autre défi majeur de la profession est la communication sur ce produit d'avenir. Car comme l'exprime Guylhem Féraud, président de la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air (FNHPA), « *Dans les pays anglo-saxons, on est fier de se dire campeur, car cela véhicule une image jeune, sportive. En France, cela fait encore « pauvre », Front populaire, même si cela est en train de changer* ».

Cette étude, réalisée sous la double égide de la FNHPA et de la Direction du Tourisme, exprime la volonté d'un partenariat étroit entre professionnels et pouvoirs publics afin de mieux cerner les nouveaux enjeux de ce secteur.

¹ - Voir définition p 7.

I. UNE ACTIVITE ETAYEE PAR DES TEXTES JURIDIQUES

I.1. L'hôtellerie de plein air se substitue au camping

Le terme *hôtellerie de plein air* s'est substitué à celui de *camping*. Celle-ci recouvre le camping au sens classique du terme, c'est-à-dire le tourisme itinérant, depuis la location d'emplacements libres pour installer une toile de tente (familiale ou autre ...), jusqu'à la location d'habitations légères de loisirs (HLL), de résidences mobiles de loisirs (dites mobil-homes), de caravanes ou de camping-cars.

La réglementation du secteur a contribué largement à cette transformation. Ainsi, le décret du 9 février 1968, modifié par le décret du 11 janvier 1993 a poussé la profession à s'adapter au classement en étoiles, créant ainsi l'occasion de revaloriser le parc existant.

Le camping a subi une mutation profonde depuis la fin des années 1970. L'offre s'est largement diversifiée et a gagné en qualité, entraînant une mutation profonde de ce mode d'hébergement touristique, ainsi que sa croissance exponentielle. L'hôtellerie de plein air (le camping en général) est le premier mode d'hébergement à caractère marchand devant l'hôtellerie et la location de meublés en France.

Elle place, en termes d'offre, la France au premier rang des pays européens et au deuxième rang au niveau international, après les Etats-Unis. L'hôtellerie de plein air représente plus de 11 000 terrains de camping dont 8 500 terrains de camping aménagés et classés, avec une capacité d'accueil globale de près de 3 millions de lits. Elle a connu la plus importante progression des catégories d'hébergements touristiques de ces trente dernières années : sa capacité d'accueil est passée de 165 000 à 915 000 emplacements.

L'offre s'est considérablement améliorée, au niveau de la qualité notamment. Les terrains 3 et 4* ont fortement progressé en nombre et en capacité d'accueil, et correspondent aujourd'hui à plus de 52 % de la capacité totale.

I.2. Typologie des terrains de campings

I.2.1 Terrains de campings aménagés

Les terrains de camping aménagés sont obligatoirement classés conformément au décret du 9 février 1968, modifié par le décret du 11 janvier 1993. Ils obéissent également aux règles du droit des sols du code de l'urbanisme, puisqu'ils sont soumis préalablement au classement à une autorisation d'aménager et à un permis de construire le cas échéant.

Les terrains de camping sont classés en quatre catégories conformément à l'arrêté du 11 septembre 1993. Ce classement est exprimé par un nombre d'étoiles croissant avec le niveau de confort des aménagements. Il est attribué par chaque préfecture de département. Il doit être accompagné d'une mention "Tourisme" ou "Loisirs" :

- sont classés terrains de camping "Tourisme", les terrains dont plus de la moitié du nombre d'emplacements est destinée à la location à la nuitée, à la semaine ou au mois pour une clientèle de passage,

- sont classés terrains de camping "Loisirs", les terrains dont plus de la moitié du nombre d'emplacements est destinée à une occupation généralement supérieure au mois par une clientèle qui n'y élit cependant pas domicile.

Si l'aménagement du terrain de camping a été autorisé à des fins d'exploitation strictement saisonnière, il peut également être classé :

- avec la mention "Saisonnier", dans ce cas, sa période d'exploitation se limite à deux mois par an et répond à des caractéristiques spécifiques.

- avec la mention "Aire Naturelle", dans ce cas, sa période d'exploitation peut atteindre six mois par an et répond à des caractéristiques spécifiques.

Dans toutes les catégories, les emplacements à la fois desservis en eau, électricité et directement raccordés au système d'assainissement (eaux ménagères et eaux vannes) sont dénommés "Grand Confort Caravane". Ceux desservis en eau, électricité et uniquement raccordés au réseau d'évacuation des eaux ménagères sont dénommés "Confort Caravane".

I.2.2 Autres types de terrains de campings

1° Le camping déclaré ou camping à la ferme :

Il s'agit de terrains généralement situés sur une exploitation agricole. Une simple déclaration à la mairie suffit pour ouvrir un terrain d'une capacité maximum de six emplacements (ou vingt personnes), sauf en cas de réglementation locale particulière. Les campeurs doivent pouvoir disposer d'un minimum de 100 m² par famille. L'équipement sanitaire mis à disposition peut se limiter à un point d'eau, un lavabo, un W.C. et éventuellement une douche chaude.

2° Le camping libre ou sauvage :

En théorie, il se pratique librement sur un terrain sous réserve de l'accord de celui qui a la jouissance du terrain. Toutefois, il existe certaines restrictions, telles que l'interdiction de pratiquer du camping sur l'emprise des routes et voies publiques, sur les rivages de la mer, dans un rayon de 200 m des points d'eau captée pour la consommation, dans les sites classés inscrits ou protégés et à moins de 500 m d'un monument historique classé ou inscrit. De plus, les maires et préfets peuvent prendre par arrêté des mesures d'interdiction en cas d'atteinte à l'ordre et à la salubrité publics.

3° Les parcs résidentiels de loisirs (PRL) :

Il s'agit de terrains essentiellement destinés à l'accueil d'habitations légères de loisirs (HLL) conformément à l'arrêté du 18 décembre 1980. Ils proposent cet hébergement, soit par cession d'emplacements, soit par location. C'est dans ce dernier cas seulement que les PRL font l'objet d'un classement. Les emplacements sont alors proposés en location journalière, hebdomadaire ou mensuelle, à une clientèle de passage.

I.3 Typologies des principales installations : habitations légères de loisirs et résidences mobiles de loisirs (dites mobil-homes)

Les habitations légères de loisirs (HLL) et les résidences mobiles (ou mobil-homes) connaissent un succès croissant depuis les années 1980, avec environ 1 000 mobil-homes vendus, de fabrication exclusivement étrangère en 1990, contre 22 000 ventes en 2002 dont 95% sont produits en France.

I.3.1. Les habitations légères de loisirs (HLL) :

En application de l'article R.444-2 du code de l'urbanisme, les HLL sont des constructions à usage non professionnel, démontables et transportables.

Les résidences mobiles de loisirs (dites mobil-homes) :

Il s'agit d'un hébergement assimilé à la caravane lorsqu'elle séjourne sur le terrain de camping, équipé pour le séjour ou l'exercice d'une activité, et qui conserve en permanence des moyens de mobilité lui permettant d'être déplacé par simple traction.

Une norme AFNOR, publiée au journal officiel du 26 décembre 1999, définit les conditions de mobilité de la résidence mobile de loisirs par la fixation d'une surface maximale de 40 m², ainsi que par les caractéristiques techniques permettant son déplacement et par une meilleure intégration environnementale [cf. Annexes I.1].

I. II. UN MODE D'HEBERGEMENT EVOLUTIF

II.1. Une concentration croissante de l'offre

[cf. Annexes II]

Avec ses 2,8 millions de lits touristiques, l'hôtellerie de plein air se situe au premier rang des hébergements marchands en France, dont elle représente près de 16%. Elle se retrouve ainsi devant l'hôtellerie classée (7%) puis les meublés (3,1%) et les résidences de tourisme (2,2%).

TABLEAU 1 : ESTIMATION DU NOMBRE DE LITS TOURISTIQUES AU 1^{ER} JANVIER 2004 (FRANCE MÉTROPOLITAINE) ²

	Etablissements (en milliers)	Lits	
		En milliers	%
Hôtels classés de tourisme ⁽¹⁾	18,2	1206,6	6,9
Résidences de tourisme et hébergements assimilés ⁽²⁾	1,2	429,5	2,5
Hôtellerie de plein air	8,3	2773,1	15,9
Villages de vacances ⁽⁴⁾	1,0	276,3	1,6
Meublés de tourisme (5)	151,4	605,6	3,5
Chambres d'hôtes (6)	31,0	62,0	0,4
Auberges de jeunesse (7)	0,2	14,4	0,1
Total hébergement marchand	211,3	5367,5	30,9

Source: *Mémento du tourisme, 2004*

(1) Lits = chambre x 2 (Source: Insee - Direction du Tourisme - partenaires régionaux)

(2) Source : SNRT

(3) Lits = emplacements x 3 (Source : Insee -Direction du Tourisme)

(4) Source: Direction du Tourisme

(5) Lits = meublés x 4 (Source : Direction du Tourisme) - au 1^{er} janvier 2003

(6) Chambres d'hôtes des principales fédérations professionnelles. Lits = chambres d'hôtes x 2 (Source: FNCG, Clévacances France, Fleurs de Soleil)

(7) Source: FUAJ, LFAJ

² Ces données (Insee-Direction du Tourisme) ne prennent pas en compte les aires naturelles et camping à la ferme - Ils sont constitués à partir de l'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (cf. Point méthodologique)

II.1.1 Un leadership européen qui s'érode

En 1996, la France était placée en tête des pays européens quant à sa capacité d'accueil, et en deuxième position mondiale après les Etats-Unis. Elle aurait alors représenté 41% des terrains et 24,7% des emplacements de l'Union Européenne, devant ses voisins du sud : l'Italie (17,8%³) et l'Espagne (16,2%), le Portugal ne représentant respectivement que 16,2% des terrains et 1,6% de l'offre en emplacements.

Actuellement, alors que l'Espagne poursuit sa croissance, le Portugal présente des rythmes de progression record (63 000 emplacements en 2003)⁴, aux côtés des pays méditerranéens d'Europe centrale et orientale, dont notamment la Croatie. Celle-ci enregistre par exemple près de 60 000 emplacements sur 526 terrains enregistrés.

Le leadership français est donc à relativiser, si l'on tient compte du fait que le parc de l'hôtellerie de plein air approche du tiers de l'offre européenne actuelle (33%) sans tendance à la hausse. En termes de nuitées, bien sûr, la France reste en peloton de tête, avec 25% des nuitées européennes, à mettre toutefois en parallèle avec un taux d'occupation inférieur à la moyenne européenne⁵. Car, ce qui fait la force de l'offre française de camping fait aussi sa faiblesse, à savoir une multitude de terrains géographiquement répartis sur tout le territoire, et de taille relativement modeste. Face au gigantisme des terrains espagnols et portugais longeant la côte, la France propose l'alternative d'une offre plus "conviviale" et diversifiée, mais sur des terrains moins spacieux.

II.1.2 Un nombre de terrains en diminution, mais un maintien de la capacité d'accueil

TABLEAU 2 : EVOLUTION DU PARC DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, 1992, 2002⁶

	1992	1996	1999	2000	2001	2002
NOMBRE DE TERRAINS	9 135	8 945	9 016	8 982	8 983	8 876
<i>Evolution</i>		-2,1%	+0,8%	-0,4%	+0,01%	-1,2%
NOMBRE D'EMPLACEMENTS	845 080	917 989	930 274	942 260	934 373	933 925
<i>Evolution</i>		+8,6%	+1,3%	+1,3%	-0,8%	+0,05%

Source : FNHPA - FFCC

Bien que proportionnellement inférieure à celle de nos voisins européens, la capacité d'accueil de l'hôtellerie de plein air française a fortement progressé depuis dix ans, puisque entre 1992 et 2002, le nombre d'emplacements s'est accru de 10,5%, alors que le nombre de terrains régressait de 2,8%. Il est cependant important de souligner la très forte augmentation du

³ Part des emplacements, 1996, source Fédération européenne de camping caravaning

⁴ Données 2003 de l'EFCC (European Federation of Camping Organization)

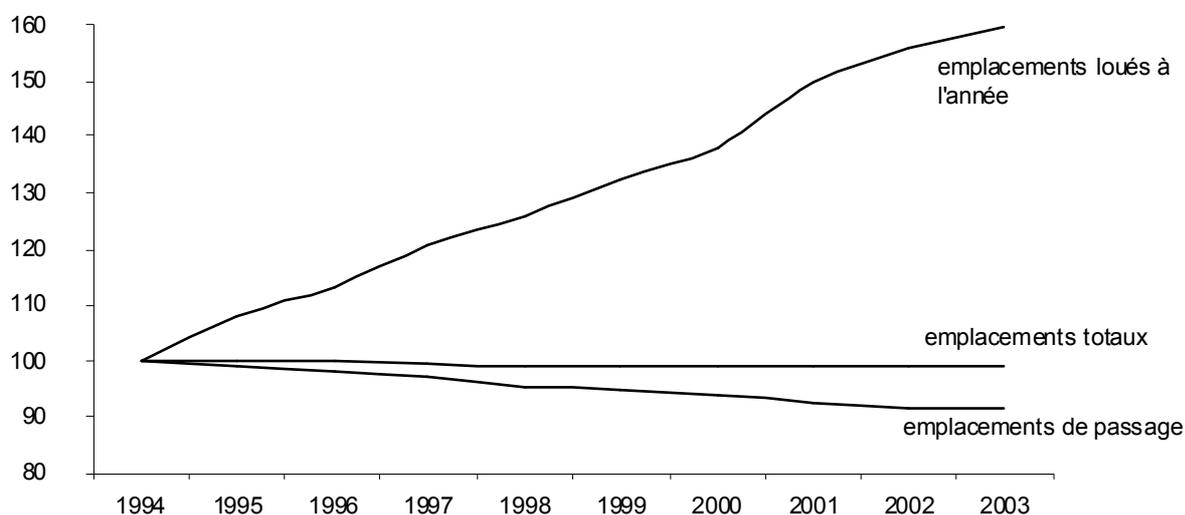
⁵ OT n°227, septembre 2003

⁶ Ces éléments émanant de la FFCC présentent des chiffres quelque peu différents de ceux de la Direction du Tourisme, car plus exhaustifs (cf. point méthodologique)

nombre d'emplacements entre 1992 et 1996 (+8,6%), qui se stabilise par la suite : depuis 1996, le parc avoisine les 930 000 emplacements (+1,7%) répartis sur environ 9 000 terrains (-0,8%). Entre 2001 et 2002, par ailleurs, le nombre d'emplacements reste stable pour un nombre de terrains en très légère diminution (-1,2%)

Cette stabilité relative ne peut faire perdre de vue la diminution graduelle du nombre d'emplacements de passage depuis une dizaine d'année ; ce recul étant compensé par la multiplication des emplacements résidentiels, qui restent pourtant encore minoritaires (18% en 2002). Globalement, le nombre d'emplacements disponibles reste stable bien que la proportion d'emplacements loués à l'année augmente (4,2% en 2002⁷, essentiellement sur les terrains privés 1 étoile, en milieu rural).

GRAPHIQUE 1 : EVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLACEMENTS, BASE 100 EN 1994



Source : Insee, Direction du Tourisme

Le parc de l'hôtellerie de plein air connaît donc une transformation profonde mais progressive, notamment sous le coup du décret de 1993 instaurant le classement des terrains, qui tend à évoluer vers une recherche de qualité de plus en plus marquée.

II.2. L'accent mis sur la qualité

Depuis une quinzaine d'années, nous pouvons constater une transformation progressive de l'offre d'un point de vue qualitatif. Les 1 et 2 étoiles qui représentaient la part majeure des terrains et des emplacements il y a encore six ans, sont en constante diminution alors que les 3 et 4 étoiles ne cessent de progresser. Ceux-ci ne représentaient en 1992 que 26% des terrains contre 34% dix ans plus tard (proportion identique d'emplacements), avec une très nette suprématie des 3 étoiles (26%, soit 2 309 terrains).

⁷ Source Insee, Direction du Tourisme

TABLEAU 3: EVOLUTION DU PARC DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR SELON LE CLASSEMENT, 1992-2002

	1992	1996	1999	2000	2001	2002
NOMBRE DE TERRAINS	9 135	8 945	9 016	8 982	8 983	8 876
Terrains 1 *	15%	16%	18%	18%	18%	17%
Terrains 2 *	53%	50%	48%	47%	47%	46%
Terrains 3 *	19%	22%	24%	24%	25%	26%
Terrains 4 *	7%	7%	8%	8%	8%	8%
Terrains autres	6%	4%	3%	3%	3%	3%
NOMBRE D'EMPLACEMENTS	845 080	917 989	930 274	942 260	934 373	933 925
Terrains 1 *	9%	9%	10%	9%	10%	9%
Terrains 2 *	49%	42%	40%	39%	39%	37%
Terrains 3 *	29%	31%	32%	32%	33%	34%
Terrains 4 *	11%	16%	17%	17%	17%	18%
Terrains autres	2%	2%	1%	3%	1%	2%
Capacité moyenne en nb d'emplacements	93	103	103	105	104	105

Source : FNHPA - FFCC

Toutefois, quelle que soit la source considérée, il apparaît clairement que malgré la progression des terrains haut de gamme, les 1 et 2 étoiles restent majoritaires dans le paysage du camping français.

En 2001, ils constituaient encore 64,5% de la totalité des terrains, même si en 2002 ce taux diminuait légèrement (-1,7 point), avec un peu plus d'un tiers des terrains classés en 3 et 4 étoiles.

TABLEAU 4 : OFFRE SELON LE CLASSEMENT, EN FONCTION DE LA SOURCE, EN 2001

2001	1-2 étoiles	3-4 étoiles	autres	Totaux
FFCC	5 795	2 917	271	8 983
	64,5%	32,5%	3,0%	100,0%
INSEE - DT	5 367	2 960	-	8 327
	64,5%	35,5%	-	100,0%

L'évolution de la capacité des terrains depuis dix ans est également à remarquer : elle ne connaît aucun recul depuis 1992 et va de pair avec l'effort important de la profession pour améliorer son offre. Les 3 et 4 étoiles sont ainsi les premiers en terme de capacité, le nombre d'emplacements par terrain ne cessant d'augmenter et dépassant largement la moyenne nationale, alors que la capacité d'accueil des 2 premières catégories est stable voire à la baisse depuis 1996.

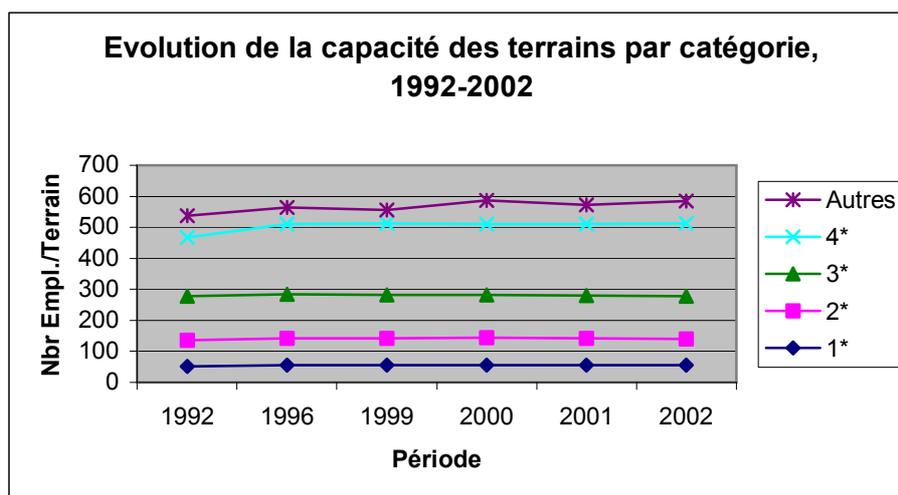
Si les terrains 1 et 2 étoiles restent dominants en nombre sur l'ensemble du territoire, ce sont essentiellement les 3 et 4 étoiles qui augmentent leur capacité d'accueil.

Ainsi, la transformation de fond du secteur du camping se poursuit en faveur du moyen-haut de gamme, avec une progression constante du nombre d'emplacements offerts dans les terrains 3 et 4 étoiles au détriment sans doute des terrains de moindre importance.

TABLEAU 5 : EVOLUTION STRUCTURELLE DE LA CAPACITÉ PAR CATÉGORIE, 1992-2002

CAPACITE (Nbre emplacts/terrains)	1992	1996	1999	2000	2001	2002
Nbre d'empl. par terrain 1*	51	56	57	56	56	56
Nbre d'empl. par terrain 2*	85	86	86	88	86	85
Nbre d'empl. par terrain 3*	140	143	140	138	139	137
Nbre d'empl. par terrain 4*	190	225	229	229	230	235
Nbre d'empl. par terrain Autres	70	55	45	76	61	72
MOYENNE empl. par terrain	93	103	103	105	104	105

Source : FNHPA - FFCC



II.3. Le renforcement des structures privées

Le mouvement continu d'amélioration de la qualité de l'offre dans l'hôtellerie de plein air est parallèle au développement d'un mode de gestion privé depuis une dizaine d'années. Les deux tiers des emplacements appartiennent aujourd'hui à des structures privées, qui sont majoritairement classées de 2 à 4 étoiles. Les terrains gérés par les collectivités territoriales sont essentiellement classés de 1 à 3 étoiles et représentent environ un quart du marché en 2002 (24% à 27% selon les sources⁸).

De manière plus détaillée, les campings appartenant à des particuliers ou sous forme de SARL représentent 60,8% des terrains (67% selon la FFCC), face à un milieu associatif (ou comités d'entreprises) d'environ 7%. La privatisation de ce secteur, en marche depuis 1992, se poursuit.

Selon la FFCC⁹, les campings commerciaux auraient progressé de plus de 10% en dix ans, alors que le secteur public gèrait encore 30% des terrains au même moment, puis 28,5% il y a cinq ans. Quant aux campings associatifs, leur nombre a chuté de 70% depuis 1992.

TABLEAU 6 : EVOLUTION DE LA CAPACITÉ SELON LE MODE DE GESTION, 1992-2002 [ANNEXES TABL.II3.1]

	Camps Commerciaux	Collectivités locales	Organ. Non FFCC	Association FFCC	Total
2002	630 400	249 290	38 290	14 008	933 925
%	67,5%	26,7%	4,1%	1,5%	100,0%
1997	270 383	260 099	33 767	21 903	912 630
%	62,5%	28,5%	3,7%	2,4%	100,0%
1992	500 070	266 822	36 224	43 292	883 517
%	56,6%	30,2%	4,1%	4,9%	100,0%

Source : FFCC - Motor presse France

TABLEAU 7 : NOMBRE MOYEN D'EMPLACEMENTS PAR CATÉGORIE SELON LE MODE DE GESTION EN 2003

	Emplacements de passage				
	1*	2*	3*	4*	Total
Associations loi 1901	55	83	102	155	85
Collectivités territoriales	47	68	111	140	74
Comités d'entreprise, mutuelles	87	118	172	124	118
SARL, particuliers	48	77	122	215	106
Indéterminés	61	85	146	216	109

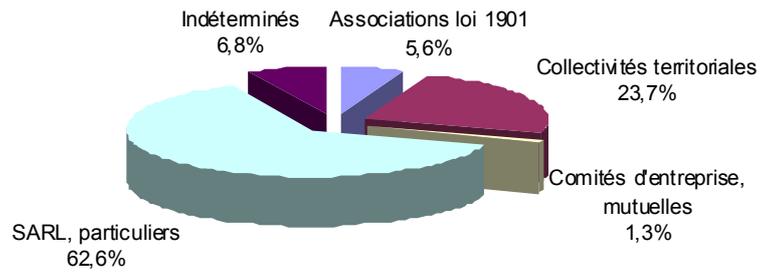
Source : Insee - Direction du Tourisme

Plus de 3 emplacements sont 5 appartiennent à des particuliers ou à une SARL en 2003 (graphique 2). Cette part augmente régulièrement chaque année au détriment des collectivités territoriales (moins d'un quart de la capacité en 2003). La part des emplacements de passage, gérés par associations de loi 1901 ou par des comités d'entreprise ou des mutuelles, ne dépasse pas 1,5 % et est relativement stable depuis une dizaine d'années.

GRAPHIQUE 2 : RÉPARTITION DES EMBLEMENTS TOTAUX PAR MODE DE GESTION EN 2003

⁸ Insee-Direction du Tourisme : 24,2% - FFCC-Motor presse France : 26,7% (Annexes II.3.1 et II.3.2)

⁹ Fédération Française de Camping Caravaning, données de l'OT - Motor Presse France (enquête annuelle auprès des préfetures et gestionnaires de terrain)



Source : INSEE, Direction du Tourisme

II.4. L'espace littoral reste en tête de la capacité d'accueil en HPA

L'une des caractéristiques principales de l'hôtellerie de plein air en France est sa répartition sur l'ensemble du territoire. Toutefois, celle-ci n'est pas homogène. Le littoral est l'espace traditionnel de l'offre en hôtellerie de plein air et bénéficie ainsi de près de la moitié de l'offre en 2002, conformément à ce qui était déjà observé en 1997 (48%). La majorité des emplacements sont classés en 3 et 4 étoiles dans cet espace (60%), en tête devant la campagne où ceux-ci représentent près de la moitié de l'offre (47,4%). L'espace rural propose globalement plus d'un tiers de l'offre en hôtellerie de plein air, en progression devant la montagne (12,3%) et la ville (5,6%).

TABLEAU 8 : RÉPARTITION DES EMPLACEMENTS, PAR CATÉGORIE, SELON L'ESPACE TOURISTIQUE EN 2003

	Emplacements					Répartition par catégorie (%)				
	1*	2*	3*	4*	Total	1*	2*	3*	4*	Total
Littoral	23 953	155 084	160 428	107 645	447 110	5.4	34.7	35.9	24.1	100
Montagne	14 985	52 116	39 148	7 118	113 367	13.2	46.0	34.5	6.3	100
Rural	36 369	127 742	102 486	45 739	312 336	11.6	40.9	32.8	14.6	100
Urbain	2 987	18 209	21 452	8 917	51 565	5.8	35.3	41.6	17.3	100
TOTAL	78 294	353 151	323 514	169 419	924 378	8.5	38.2	35.0	18.3	100

Source : INSEE, Direction du Tourisme

Il en résulte que la moitié des emplacements sont majoritairement concentrés dans cinq régions littorales, comme le montre le tableau ci-dessous (tableaux 9). Depuis cinq ans, la répartition régionale de l'offre reste quasi inchangée, avec toujours les mêmes régions en tête :

- Languedoc-Roussillon (13% de l'offre nationale),
- Aquitaine (11,5%),
- Provence-Alpes-Côte-d'Azur (10,5%),
- Bretagne (9,6%),
- Pays de la Loire (9,2%)

En termes de densité touristique pour ce secteur, la Corse vient en première position, avec 23,4 équivalents-lits pour 100 habitants [cf. annexes II], suivie du Languedoc-Roussillon (15) de l'Aquitaine (10,7) du Poitou-Charentes (10,3) et de la Bretagne (9).

TABLEAU 9 : EMBLEMES TOTAUX ET ÉQUIVALENTS LITS POUR 100 HABITANTS DANS LES CINQ PREMIÈRES RÉGIONS, 1997-2003¹⁰

Région	2003			1997		
	Emplacements totaux	%	Equivalent-lits pour 100 habitants	Emplacements totaux	%	Equivalent-lits pour 100 habitants
Languedoc-Roussillon	118 974	12,9%	15,0	118 662	13,0%	15,2
Aquitaine	105 882	11,5%	10,7	101 395	11,1%	10,3
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	96 833	10,5%	6,3	105 204	11,6%	6,9
Bretagne	88 830	9,6%	9	86 424	9,5%	8,8
Pays de la Loire	84 796	9,2%	7,7	84 222	9,3%	7,7
France	924 378	100%	4,7	910 486	100%	4,6

Source : INSEE, Direction du Tourisme

TABLEAU 10 : EMBLEMES TOTAUX PAR RÉGION ET ÉQUIVALENTS LITS POUR 100 HABITANTS, 2003

Région	Emplacements totaux	%	Equivalent-lits pour 100 habitants
Languedoc-Roussillon	118 974	12,9	15,0
Aquitaine	105 882	11,5	10,7
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	96 833	10,5	6,3
Bretagne	88 830	9,6	9,0
Pays de la Loire	84 796	9,2	7,7
Rhône-Alpes	75 049	8,1	3,9
Poitou-Charentes	56 781	6,1	10,3
Midi-Pyrénées	41 318	4,5	4,7
Nord - Pas-de-Calais	35 942	3,9	2,7
Basse-Normandie	29 325	3,2	6,1
Auvergne	23 744	2,6	5,4
Centre	22 489	2,4	2,7
Corse	20 598	2,2	23,4
Picardie	20 281	2,2	3,3
Lorraine	16 887	1,8	2,2
Île-de-France	15 525	1,7	0,4
Bourgogne	15 042	1,6	2,8
Franche-Comté	13 990	1,5	3,7
Limousin	12 177	1,3	5,1
Alsace	11 918	1,3	2,0
Haute-Normandie	10 060	1,1	1,7
Champagne-Ardenne	7 937	0,8	1,8
Total	924 378	100,0	4,7

Équivalent- lits pour 100 habitants = (Emplacements totaux x 3) pour 100 habitants. Population estimée en 2002 (Insee)

Source : Insee, Direction du Tourisme

Une distinction importante peut être faite entre les terrains du littoral du Sud et ceux de la zone Nord, notamment le littoral nord atlantique et la région Nord-Est. L'Alsace, la Haute-Normandie et la Champagne-Ardenne ne totalisent que 5,5% des emplacements (soit 29 915). En 1997, les chiffres étaient identiques, ces trois régions représentant un nombre d'emplacements similaire à celui du Languedoc-Roussillon.

¹⁰ cf. Annexes II.4.1

Il est important de souligner toutefois que le produit « camping » diffère considérablement entre ces deux zones. Le Nord est davantage tourné vers le locatif, mobil-homes et habitations légères de loisir étant privilégiées. Les emplacements sont alors réservés essentiellement à une clientèle de proximité, désireuse de se dépayser lors de brefs séjours tout au long de l'année. Les campings du littoral sud, proches des plages atlantiques et méditerranéennes se tournent plutôt vers les vacanciers de passage pendant l'été, diversifiant leurs produits (tentes, mobil-homes, HLL, caravanes,...), et agrandissant graduellement la superficie de leur terrain.

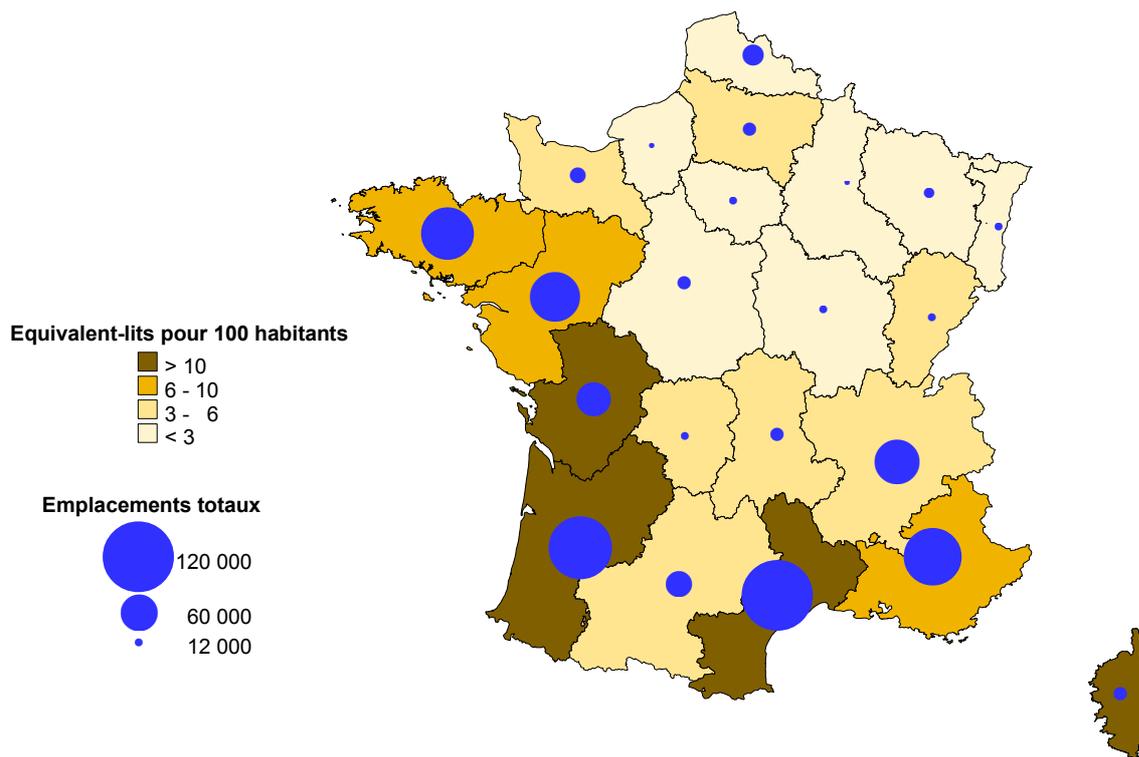
TABLEAU 11 : 10 PRINCIPAUX DÉPARTEMENTS, EMPLACEMENTS TOTAUX ET ÉQUIVALENTS LITS POUR 100 HABITANTS, EN 2003

Département	Emplacements totaux	%	Equivalent-lits pour 100 habitants
85 – Vendée	55 333	6,0	29,7
17 – Charente-Maritime	49 683	5,4	26,1
34 – Hérault	47 124	5,1	15,2
83 – Var	45 378	4,9	14,6
40 – Landes	36 945	4,0	32,9
66 – Pyrénées-Orientales	35 997	3,9	26,4
29 – Finistère	34 543	3,7	12,0
33 – Gironde	31 215	3,4	7,1
56 – Morbihan	29 152	3,2	13,3
62 – Pas-de-Calais	23 983	2,6	5,0
France entière	924 378	100,0	4,7

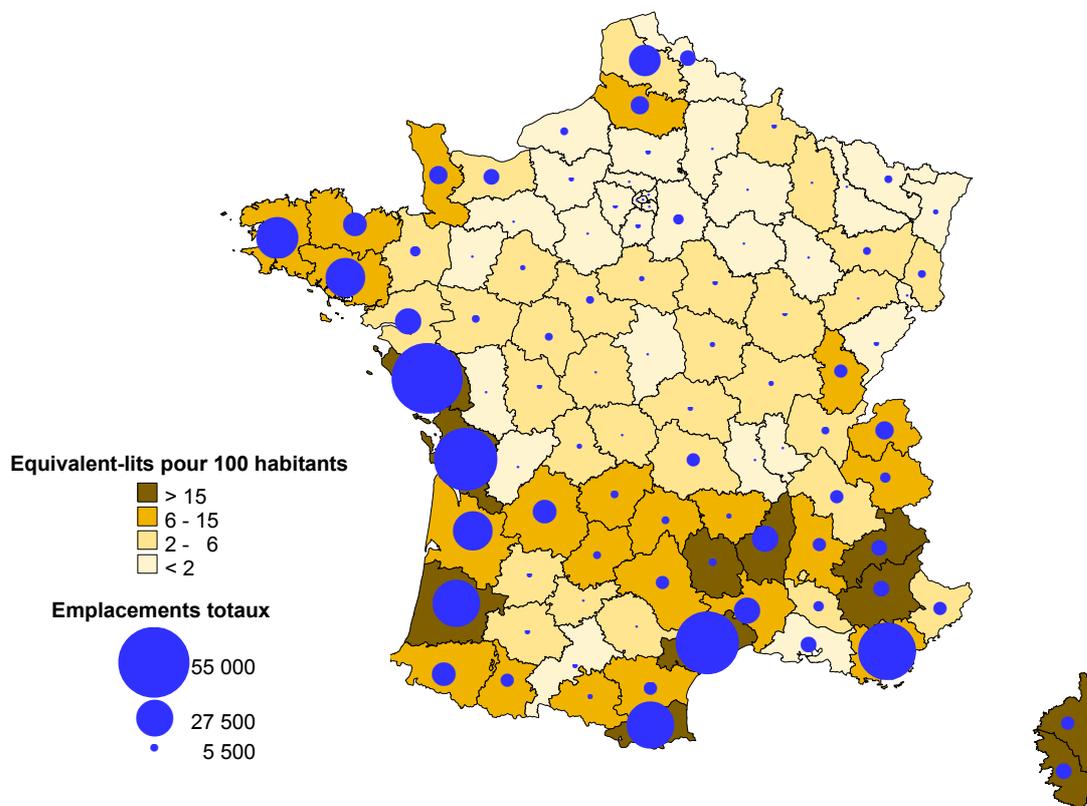
Equivalent lits pour 100 habitants = (Emplacements totaux x 3) pour 100 habitants. Population estimée en 2001 (INSEE)

Source : INSEE, Direction du Tourisme

Carte 1 : Répartition des emplacements et équivalent-lits pour 100 habitants, par région, 2003



CARTE 2 : RÉPARTITION DES EMPLACEMENTS ET EQUIVALENT-LITS POUR 100 HABITANTS, PAR DEPARTEMENT, 2003



Equivalent- lits pour 100 habitants = (Emplacements totaux x 3) pour 100 habitants. Population estimée en 2001 (INSEE)
 Source : INSEE, Direction du Tourisme

Les terrains du littoral sont globalement de taille plus importante que sur le reste du territoire. Par ailleurs, ils regroupent en 2003 près d'un emplacement sur deux, devant la campagne qui concentre environ un tiers de la capacité totale. Les campings littoraux sont caractérisés par une taille moyenne très importante (180 emplacements par camping contre 111 pour l'ensemble des espaces touristiques).

Les emplacements du littoral se répartissent comme ci-après : Nord (12 % du total des emplacements littoraux), Bretagne (18 %), Pays de la Loire (14 %), Poitou-Charentes (10,5 %), Aquitaine (15,5 %), Languedoc-Roussillon (16 %), Provence-Alpes-Côte d'Azur (10 %) et Corse (4 %).

TABLEAU 12 : RÉPARTITION DE LA CAPACITÉ PAR ESPACE TOURISTIQUE ET SELON LA CATÉGORIE (%), ÉVOLUTION 1996-2003

	1996		2003		Evolution du nombre d'emplac. 1996 et 2003
	Emplac.	%	Emplac.	%	
Littoral	447 483	48,2%	447 110	48,4	-0,1 %
Montagne	116 297	12,5%	113 367	12,2	-2,5 %
Rural	308 443	33,2%	312 336	33,8	+ 1,3 %
Urbain	56 779	6,1%	51 565	5,6	-9,2 %
Total	929 002	100,0%	924 378	100,0	-0,5 %

Source : INSEE, Direction du Tourisme

L'hôtellerie de plein air en montagne reste globalement stable, contrairement à la diminution maximale d'emplacements observés en milieu urbain : entre 1996 et 2003, cette réduction d'espaces est de 9,2 % pour s'établir à 51 565 emplacements.

Cela reflète sans doute de nouvelles aspirations des clientèles touristiques, plus citadines et donc en recherche d'hébergements de vacances en milieu naturel.

III. L'ETAT DE LA DEMANDE DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

III.1. L'hôtellerie de plein air au premier rang des nuitées en hébergements marchands ¹¹

III.1.1. Une situation stable sur la dernière décennie

En 2002, 8 327 terrains classés représentent une capacité d'hébergement de 2,8 millions de lits répartis sur 920 599 emplacements, soit 16% des hébergements marchands et 53% de la capacité d'hébergement touristique au niveau national¹². Remarquons que l'hôtellerie de plein air occupe le premier rang de la capacité d'accueil en hébergement marchand en France, devant l'hôtellerie classée et ses 1,2 million de lits (23%).¹³ Malgré une diminution du nombre d'emplacements, l'offre est donc stable depuis une dizaine d'années : en 1996, l'hôtellerie de plein air proposait déjà 53% des lits touristiques disponibles en France (2,78 millions).

TABLEAU 1 : RÉPARTITION DES SÉJOURS ET DES NUITÉES EN FRANCE SELON LE MODE D'HÉBERGEMENT (%)

	En % des séjours				En % des nuitées			
	1998	2000	2001	2002	1998	2000	2001	2002
Hébergement marchand	40,6	42,4	42,1	41,7	45,2	47,2	47,3	46,5
Hôtel et pension de famille	16,0	16,6	15,8	15,8	11,3	11,8	11,0	10,8
Camping-caravaning	8,0	8,7	8,7	8,4	11,4	11,7	12,4	11,7
Location	5,2	5,6	5,5	5,5	9,2	10,0	10,1	10,1
Gîte, chambre d'hôtes	3,8	3,3	3,4	3,9	4,0	3,5	3,5	4,0
Résidence de tourisme	1,3	1,2	1,2	1,6	1,8	1,7	1,8	2,2
Club et village de vacances	ND	ND	3,8	3,2	ND	ND	5,1	4,4
Autres	6,3	7,0	3,7	3,3	7,5	8,5	3,4	3,3
Hébergement non marchand	59,4	57,5	57,9	58,3	54,8	52,8	52,7	53,5
Résidences secondaires	12,0	10,8	9,9	9,9	18,2	16,5	15,2	15,5
Famille/amis	47,4	46,7	47,9	48,4	36,8	36,3	37,5	38,0

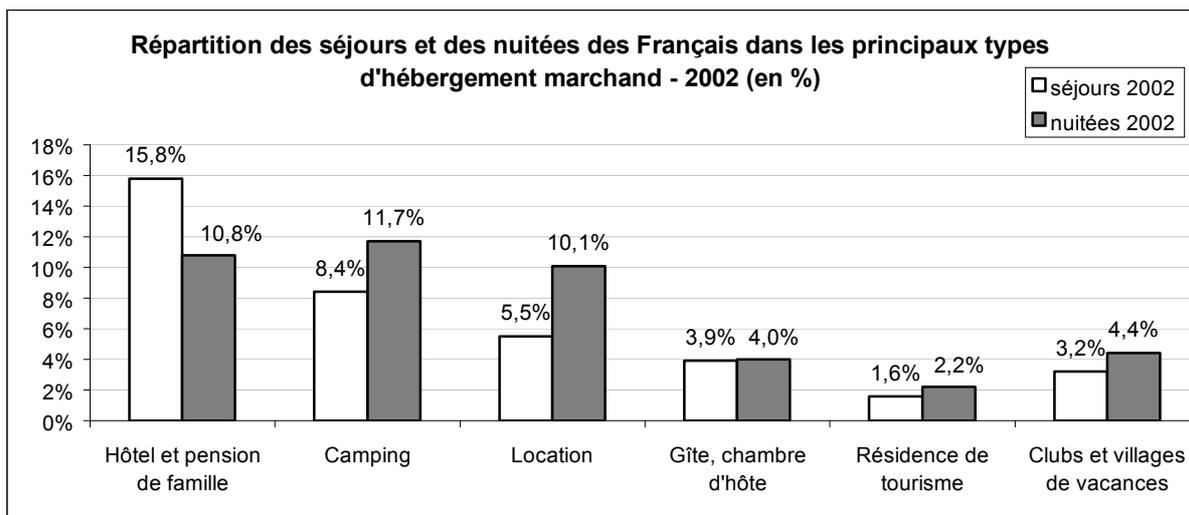
Source : S.D.T. (Direction du Tourisme, TN Sofres)

ND : non défini

¹¹ Source : S.D.T (Suivi de la demande touristique), Direction du Tourisme, TN Sofres [cf. point méthodologique]

¹² Hors aires naturelles et camping à la ferme (chiffres Insee - Direction du Tourisme)

¹³ L'hôtellerie classée et les campings classés en France : l'offre et la fréquentation en 2002, Direction du Tourisme, Analyses et perspectives du tourisme, ONT



Source : S.D.T. (Direction du Tourisme, TN Sofres)

L'hébergement marchand est en progression en France depuis les années 1990, au détriment de l'hébergement non marchand qui reste tout de même dominant. En 2002, l'hébergement marchand représente ainsi 46,5% des nuitées en France, contre 45,2% en 1998 et 32,4% en 1992.

En termes de nuitées, l'hôtellerie de plein air occupe le premier rang de l'hébergement marchand (11,7%) devant l'hôtellerie classée (10,8%) puis des locations (10,1%). Les autres modes d'hébergement oscillent ensuite entre 2,2% et 4,4% des nuitées. Si l'on considère les séjours, l'hôtellerie devance par contre l'hôtellerie de plein air de près de sept points, atteignant 15,8% des séjours en hébergement marchand contre 8,4% en campings, soit presque moitié moins. Les locations restent stables par rapport à 2001 à 5,5%, alors que les séjours en clubs et villages de vacances sont en léger retrait à 3,2% comme les résidences de tourisme (1,6%).

III.1.2. Un taux d'occupation encourageant en 2003

1° Une saison 2003 fortement marquée par l'actualité environnementale

L'année 2003 présente des résultats globalement positifs pour les gestionnaires de campings : Affectée par les bouleversements politico-économiques (guerre en Irak, tensions diplomatiques, faiblesse du dollar, ralentissement économique), mais aussi la marée noire du Prestige, les incendies et les inondations, l'activité se maintient au niveau des années précédentes grâce notamment à une météo favorable en mai-juin et septembre. La canicule en haute saison a fait chuter le niveau de fréquentation dans certaines régions, tout en favorisant la montagne et les zones du Nord Littoral.¹⁴ Avec 98,2 millions de nuitées¹⁵, le niveau de l'excellente année 1999 est presque atteint (99,5 millions), alors que le nombre d'emplacements reste comparable. En 2003, le taux d'occupation dans les campings atteint donc 33,6% contre 33,2% l'année précédente et 32,7% en 1999.

¹⁴ Direction du tourisme, Insee, partenaires régionaux - données 2001/ Analyse conjoncturelle été 03 (DT)

¹⁵ sur la saison estivale : 1er mai au 30 septembre 2003

TABLEAU 2 : FRÉQUENTATION L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, SAISON 2003

	Nuitées (en milliers)	Emplacements de passage offerts (en milliers)	Nombre moyen de personnes par emplacement occupé	Taux d'occupation
1999	99 582	105 972	2,87	32,7 %
2000	93 573	105 199	2,85	31,2 %
2001	98 072	103 463	2,86	33,0 %
2002	97 483	102 597	2,85	33,2 %
2003	98 238	103 017	2,83	33,6 %

Source : Insee – Direction du Tourisme

Remarquons que l'année 2000 avait été fortement touchée par le naufrage de l'Erika sur la côte Atlantique. En 2003, les mêmes dommages créés par le Prestige ont une forte influence sur la fréquentation étrangère, qui diminue globalement de 3,4% par rapport à 2002 (34,4 millions de nuitées en 2002), soit un recul de 7% depuis 1999. Les nuitées françaises progressent par contre de 2 millions, malgré la désaffection du littoral sud et sud-ouest.

TABLEAU 3 : EVOLUTION DES NUITÉES FRANÇAISES ET ÉTRANGÈRES, DE 1999 À 2003

Evolution des nuitées	Total	Français	Etrangers
Entre 2002 et 2003	+ 0,8 %	+ 3,2 %	- 3,4 %
Entre 2001 et 2003	+ 0,2 %	+ 0,6 %	- 0,5 %
Entre 2000 et 2003	+ 5 %	+ 4,8 %	+ 5,4 %
Entre 1999 et 2003	- 1,3 %	+ 2,1 %	- 7,1 %

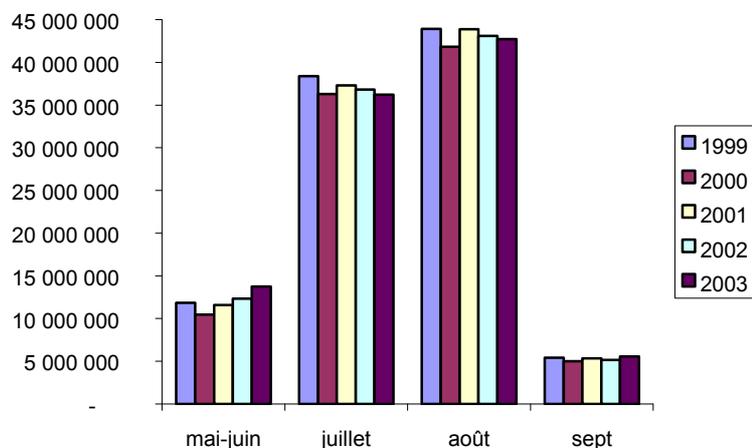
Source : Insee – Direction du Tourisme

2° Une situation contrastée selon la zone géographique

Logiquement les régions littorales connaissent des situations hétérogènes, la marée noire et la tempête de juillet entraînant des chutes de fréquentation en haute saison sur les plages d'Aquitaine, de 13% pour les Français et de 19% pour les étrangers. La canicule et surtout les incendies ont également des retombées négatives en région PACA, notamment pour les Néerlandais et les Allemands. Sur l'ensemble de la saison, les nuitées étrangères diminuent de 17,5% en Corse, de 13% en région Provence-Alpes-Côte-d'Azur et de 19% dans les régions littorales du Sud-Ouest (Aquitaine, Midi-Pyrénées, Poitou-Charentes).

Les Français restent constants dans leurs habitudes : malgré une petite baisse du nombre de nuitées en juillet (-0,2%), ils progressent de 1,5% en août. Leur durée de séjour tend pourtant à diminuer, passant de 6,43 à 6,19 jours en moyenne (5,04 jours pour les étrangers, contre 5,03 en 2002).

GRAPHIQUE 1 : RÉPARTITION DE L'ENSEMBLE DES NUITÉES DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR PAR QUINZAINE EN 2003, FRANÇAIS ET ÉTRANGERS



Source : Insee – Direction du Tourisme

Concernant les autres espaces touristiques, la montagne est la seule à enregistrer une croissance de fréquentation française et une stabilité étrangère (respectivement +9,9% et - 0,5%) . La très légère augmentation du volume de nuitées françaises ne compense pas le fort déclin du nombre de visiteurs étrangers à la campagne et en ville : Ces derniers diminuent de 9% et de 3,5% dans ces deux espaces, alors que les Français reculent de 1,9% et 1,1%.

TABLEAU 4 : ÉVOLUTION DU NOMBRE DE NUITÉES PAR ESPACE, 2002-2003

Espace touristique	Contribution à l'évolution totale des nuitées (*)	Poids des nuitées en 2002	Poids des nuitées en 2003	Evolution des nuitées entre 2002 et 2003		
				Total	Français	Etranger
Montagne	+ 0,7 %	10,5 %	11,1 %	+ 6,3 %	+ 9,9 %	- 0,5 %
Urbain	- 0,2 %	5,8 %	5,5 %	- 1 %	+ 1,1 %	- 3,5 %
Rural	- 0,3 %	29,4 %	28,8 %	- 3,2 %	+ 1,9 %	- 9 %
Littoral	+ 0,6 %	54,4 %	54,5 %	+ 1,1 %	+ 2,9 %	- 3,1 %
<i>Littoral Nord¹⁶</i>	+ 0,4 %	3,1 %	3,5 %	+ 12,1 %	+ 8,2 %	+ 20,9 %
<i>Littoral Ouest¹⁷</i>	+ 2,4 %	20,7 %	22,9 %	+ 11,5 %	+ 11,1 %	+ 12,6 %
<i>Littoral Aquitaine</i>	- 1,3 %	8,9 %	7,5 %	- 15,1 %	- 12,9 %	- 19,3 %
<i>Littoral Languedoc</i>	- 0,3 %	11,9 %	11,5 %	- 2,6 %	- 2,4 %	- 3,2 %
<i>Littoral PACA</i>	- 0,4 %	6,9 %	6,4 %	- 5,7 %	+ 0,5 %	- 13,9 %
<i>Littoral Corse</i>	+ 0,1 %	2,9 %	2,7 %	- 3,9 %	+ 5,3 %	- 14,3 %
Total	+ 0,8 %	100,0 %	100,0 %	+ 0,8 %	+ 3,2 %	- 3,4 %

(*) Contribution de l'espace Montagne = (Nuitées montagne 2003 – Nuitées montagne 2002) / Nuitées totales 2002. Elle permet de mesurer l'évolution de la fréquentation de chaque espace relativement à son poids dans le total des nuitées. La somme des contributions est égale à l'évolution des nuitées totales pour l'ensemble des espaces (soit + 0,8 %)

Source : Insee – Direction du Tourisme

¹⁶ Littoral des régions Nord-Pas-de-Calais, Picardie, Basse et Haute-Normandie.

¹⁷ Littoral des régions Bretagne, Pays-de-la-Loire et Poitou-Charentes.

3° Une année 2003 positive dans les campings haut de gamme

Les établissements haut de gamme sont les seuls à bénéficier d'un nombre satisfaisant de nuitées, avec notamment une hausse de fréquentation de 3,6% dans les 3 étoiles. Les catégories 1 et 2 étoiles diminuent de plus de 2%.

Cependant, ceci est le fait de la clientèle française, les étrangers ayant désaffecté l'ensemble des établissements, toutes catégories confondues. Globalement ils reculent de 3,4%, avec une chute de près de 11% en 2 étoiles, de 4,2% en 1 étoile et de 2,4 dans les catégories supérieures.

TABLEAU 5 : FRÉQUENTATION DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR EN 2003 ET ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2002, SELON LA CATÉGORIE

Catégorie	Contribution à l'évolution totale des nuitées	Poids des nuitées en 2003	Evolution des nuitées entre 2002 et 2003		
			Total	Français	Etranger
1 étoile	- 0,1 %	4,9 %	- 2,6 %	- 1,8 %	- 4,2 %
2 étoiles	- 0,7 %	29,5 %	- 2,2 %	+0,8 %	- 10,7 %
3 étoiles	+ 1,3 %	38,8 %	+ 3,6 %	+ 5,6 %	- 0,5 %
4 étoiles	+ 0,2 %	26,8 %	+ 0,8 %	+ 3,9 %	- 1,9 %
Total	+ 0,8 %	100,0 %	+ 0,8 %	+3,2 %	- 3,4 %

(*) Contribution de la catégorie 2* = (Nuitées 2* en 2003 – Nuitées 2* en 2002) / Nuitées totales 2001. Elle permet de mesurer l'évolution de la fréquentation de chaque catégorie relativement à son poids dans le total des nuitées. La somme des contributions est égale à l'évolution des nuitées totales pour l'ensemble des catégories (soit + 0,8 %)

Source : Insee – Direction du Tourisme

III.2. 1996-2002 : Une évolution positive de la fréquentation dans l'hôtellerie de plein air

III.2.1. Une hausse constante des nuitées

En 2003, comme indiqué précédemment, des conditions météorologiques exceptionnelles ont permis de compenser les désaffections étrangères liées aux catastrophes naturelles. La permanence des clientèles françaises puis le retour des étrangers en septembre permettent de conclure à l'attractivité croissante de l'hôtellerie de plein air. En effet, nous observons une évolution positive de la fréquentation depuis 1996.

En effet, avec 97,5 millions de nuitées, l'année 2002 présente une relative stabilité du nombre de nuitées enregistrées l'année précédente (-0,6%). Ces résultats sont bien supérieurs à ceux de l'an 2000 affectés par l'Erika, et en constante augmentation depuis 1996 (88,6 millions de nuitées)¹⁸. Le niveau de 1999 n'est pas rattrapé, mais il s'agissait d'une année particulièrement positive (plus de 99,5 millions de nuitées).

¹⁸ Puis 93,7 millions de nuitées l'année suivante (1997)

TABLEAU 6 : ÉVOLUTION DE LA FREQUENTATION DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, 1999-2002

	Nuitées (en milliers)	Nuitées (évolution n/n-1)	Emplacements de passage offerts(en milliers)	Emplacements de passage (évolution n/n-1)	Nombre moyen de personnes par emplacement occupé	Taux d'occupatio n
1999	99 582	-	105 972	-	2,87	32,7 %
2000	93 573	- 6,0%	105 199	- 0,7%	2,85	31,2 %
2001	98 072	+ 4,8%	103 463	- 1,7%	2,86	33,0 %
2002	97 483	- 0,6%	102 597	- 0,8%	2,85	33,2 %
2003	98 238	+ 0,8%	103 017	+ 0,4	2,83	33,6%

Source : Insee, Direction du Tourisme

On peut écrire la relation :

Nuitées = (Nuitées / Emplacements occupés) * (Emplacements occupés / Emplacements offerts) * Emplacements offerts

Soit Nuitées = Nombre moyen de personnes par emplacement * Taux d'occupation * Emplacements offerts

Il est toutefois important de noter le mouvement actuel des clientèles touristiques en faveur des hébergements non marchands. Ceci explique peut-être le léger fléchissement du nombre de personnes par emplacement. La légère diminution du nombre de lits disponibles entre 2001 et 2002 (-0,8%) entraîne par ailleurs une diminution du nombre de nuitées. Le taux d'occupation des terrains progresse pourtant légèrement depuis l'an 2000.

TABLEAU 7 : ÉVOLUTION DES NUITÉES FRANÇAISES ET ÉTRANGÈRES ENTRE 1992 ET 2002 (EN MILLIERS)

	1992		1997		2002		Evolution 92-02
Français	64 170	66,6%	61 742	65,9%	61 844	63,4%	- 4%
Etrangers	32 227	33,4%	31 972	34,1%	35 639	36,6%	+ 11%
Total	96 397		93 715		97 484		+ 1,1%

Source : Insee – direction du Tourisme

Après un fléchissement global du nombre de nuitées entre 1992 et 1997 (-2,8 %, dont -3,8% pour la clientèle française), la fréquentation a bien repris depuis cette date, avec une hausse de 4% des nuitées entre 1997 et 2002, et une hausse de la clientèle étrangère entre 1992 et 2002 (+11 %).

III.2.2. Une prolongation de la durée de séjour dans le haut de gamme

Les années précédentes, et notamment en 2002, nous remarquons que la fréquentation dans les établissements haut de gamme est davantage le fait des clientèles françaises qu'étrangères. Ainsi, entre 2001 et 2002, les 3 et 4 étoiles enregistrent une fréquentation de plus de 73% des étrangers présents, contre 26% en 2 et 3 étoiles ; la clientèle française progresse dans les catégories supérieures (60%) mais reste en grande partie adepte des 1 et 2 étoiles (40%).

L'évolution vers le haut de gamme apparaît également en matière de durée de séjour. Celle-ci a globalement peu évolué depuis dix ans, hormis dans les 3 et 4 étoiles. Globalement, la durée de séjour dans les 1 et 2 étoiles tourne autour de 4 à 5 jours, les étrangers séjournant moins longtemps que les visiteurs français (moins de quatre jours, contre 5 à 6 jours, en fonction de la catégorie). La durée de séjour dans les 3 étoiles progresse surtout pour les étrangers sans atteindre 5 jours ; les Français y séjournent en moyenne 2 jours de plus que les étrangers. Ce sont donc les 4 étoiles qui connaissent un changement notable : toutes clientèles confondues, les séjours de 6,3 jours en 1993 se transforment aujourd'hui en séjours de plus d'une semaine. En 10 ans, les Français ont prolongé leurs vacances en camping 4 * de 0,6 jour et les étrangers de 1,2 jour.

TABLEAU 8 : DURÉE MOYENNE DES SÉJOURS EN NUITÉES, CLIENTÈLES FRANÇAISE ET ÉTRANGÈRES, 1993-2003

En Nuitées	1993	1997	2002	2003
Français				
1 étoile	5,1	4,8	4,9	4,7
2 étoiles	6	5,7	5,8	5,6
3 étoiles	6,5	6,3	6,8	6,5
4 étoiles	6,8	7,2	7,9	7,4
Total	6,1	6	6,4	6,2
Etrangers				
1 étoile	3,3	3,6	3,8	3,8
2 étoiles	3,8	3,6	3,8	3,7
3 étoiles	4,4	4,4	4,7	4,8
4 étoiles	5,7	6,1	7,1	6,9
Total	4,3	4,4	5,0	5,04
Ensemble				
1 étoile	4,2	4,2	4,4	4,4
2 étoiles	4,9	4,7	4,8	5
3 étoiles	5,5	5,4	5,8	5,8
4 étoiles	6,3	6,7	7,5	7,1
Total	5,3	5,2	5,7	5,7

Source : Insee - Direction du Tourisme

La tendance observée il y a quelques années se confirme donc : plus la catégorie d'établissement est élevée, plus la durée moyenne de séjour augmente.

III.2.3. Les Européens du Nord relayés par les Européens du Sud

Les clientèles les plus nombreuses et les plus fidèles de l'hôtellerie de plein air française viennent des Pays-Bas, d'Allemagne et de Grande-Bretagne.

En 2003, les Pays-Bas conservent leur première place avec 41,6% des nuitées étrangères totales, conformément à l'année précédente (41,1%), ce alors qu'ils représentaient déjà 43% de ces nuitées en 1996. Par rapport à l'an dernier, cette clientèle présente toutefois une baisse de 2,3% mais reste loin devant la Grande Bretagne et ses 19,3%.

La clientèle anglaise progresse toutefois de près de 4% la saison dernière (2003), remplaçant l'Allemagne au deuxième rang des fréquentations étrangères. Entre 1996 et 2002, l'évolution du nombre de nuitées et d'arrivées était déjà importante, avec des hausses respectives de 31,2% et 16,3%.

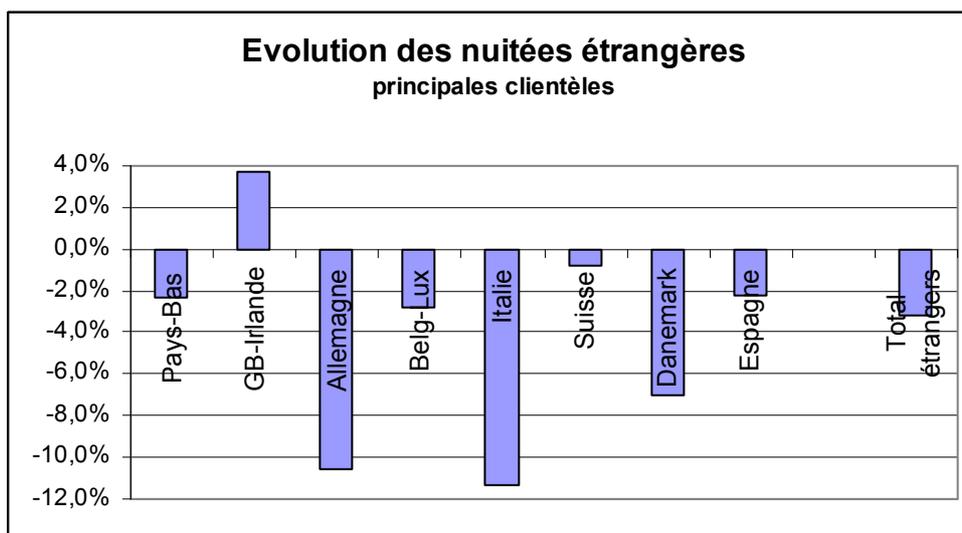
Cette évolution est d'autant plus remarquable que, parmi les clientèles étrangères les plus dynamiques depuis 1996, il émerge à l'inverse une tendance à la baisse pour 2003 avec un recul des nuitées allemandes de 10,6%, l'Italie de 11,3%, la Belgique et le Luxembourg de 2,8% et le Danemark de 7%.

TABLEAU 9 : NUITÉES DES PRINCIPALES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR EN 2003 ET ÉVOLUTION 2002-2003

[CF. ANNEXES III]

Principaux pays de résidence de la clientèle	2003		2002	Évolution 2003/2002
	Nombre	Poids (%)		
Europe	33 760 594	98,1%	34 920 595	-3,3%
Pays-Bas	14 325 673	41,6%	14 659 237	-2,3%
Allemagne	5 948 409	17,3%	6 651 896	-10,6%
Grande-Bretagne, Irlande	6 633 059	19,3%	6 397 918	3,7%
Belgique, Luxembourg	2 960 729	8,6%	3 045 783	-2,8%
Italie	1 220 799	3,5%	1 376 627	-11,3%
Suisse	1 040 461	3,0%	1 048 466	-0,8%
Danemark	643 779	1,9%	692 544	-7,0%
Espagne	498 466	1,4%	509 985	-2,3%
Autriche, Suède, Norvège, Finlande, Islande	279 959	0,8%	329 620	-15,1%
Portugal	71 346	0,2%	61 623	15,8%
Grèce	21 894	0,1%	22 825	-4,1%
Russie et autres pays d'Europe	116 020	0,3%	124 071	-6,5%
Autres pays hors Europe	660 791	1,9%	718 854	-8,1%
Total Etranger	34 421 385	100,0%	35 639 449	-3,4%

Source : INSEE – Direction du Tourisme



Source : INSEE – Direction du Tourisme

Aux côtés de la grande majorité d'Européens du Nord en recherche de soleil, l'hôtellerie de plein air française accueille un nombre croissant de clientèles du Sud depuis quelques années.

Le taux de progression des nuitées grecques atteint par exemple 118% entre 1996 et 2002, celui de l'Espagne 56% et de l'Italie 37,6%. Les pays d'Europe centrale et occidentale sont encore très peu présents (seulement 2%) mais pourraient modifier leurs comportements avec l'ouverture de l'Europe à l'Est.

TABLEAU 10 : FRÉQUENTATION SELON LA NATIONALITÉ, 1996-2002

Principaux pays de résidence de la clientèle	2002				Évolution 2002/1996			
	Arrivées		Nuitées		Arrivées		Nuitées	
	Nombre	Poids en %	Nombre	Poids en %	En %	En points	En %	En points
Europe	6 908 253	97,4	34 920 595	98,0	ND	ND	ND	ND
Pays-Bas	2 630 718	37,1	14 659 237	41,1	21,9%	3,2	43,0%	5,3
Allemagne	1 417 752	20,0	6 651 896	18,7	-8,6%	-4,4	-3,4%	-5,3
Grande-Bretagne, Irlande	1 260 058	17,8	6 397 918	18,0	16,3%	0,8	31,2%	1,0
Belgique, Luxembourg	547 913	7,7	3 045 783	8,5	14,4%	0,2	26,0%	0,1
Italie	378 519	5,3	1 376 627	3,9	32,7%	0,8	37,6%	0,4
Suisse	222 465	3,1	1 048 466	2,9	3,6%	-0,3	7,5%	-0,5
Danemark	145 981	2,1	692 544	1,9	25,7%	0,3	46,9%	0,3
Espagne	140 693	2,0	509 985	1,4	27,3%	0,3	56,0%	0,3
Autriche, Suède, Norvège, Finlande, Islande	94 087	1,3	329 620	0,9	22,2%	0,1	38,6%	0,1
Portugal	21 689	0,3	61 623	0,2	1,1%	0,0	12,9%	0,0
Grèce	4 742	0,1	22 825	0,1	71,4%	–	118,4%	–
Russie et autres pays d'Europe	43 636	0,6	124 071	0,3	-33,7%	-2,8	-57,1%	-0,7
Autres pays hors Europe	183 867	2,6	718 854	2,0	ND	ND	ND	ND
Total Etranger	7 092 120	100,0	35 639 449	100,0	11,4%	ND	24,5%	ND

Source : INSEE – Direction du Tourisme

III.3. Attentes et profils des clientèles

Pour mieux cerner les attentes des clientèles de l'hôtellerie de plein air, nous pouvons analyser leur évolution en nous basant sur leurs principales caractéristiques.

La comparaison avec les autres modes d'hébergement s'est effectuée sur l'analyse des résultats de l'été 2002 pour estomper l'effet de saisonnalité liée à l'hôtellerie de plein air.

III.3.1. Un élargissement des classes d'âge

La classe d'âge la plus importante dans l'hôtellerie de plein air était en 1996 celle des 15-24 ans (15,5%), devant les 35-49 ans qui représentaient 11,5% des visiteurs.

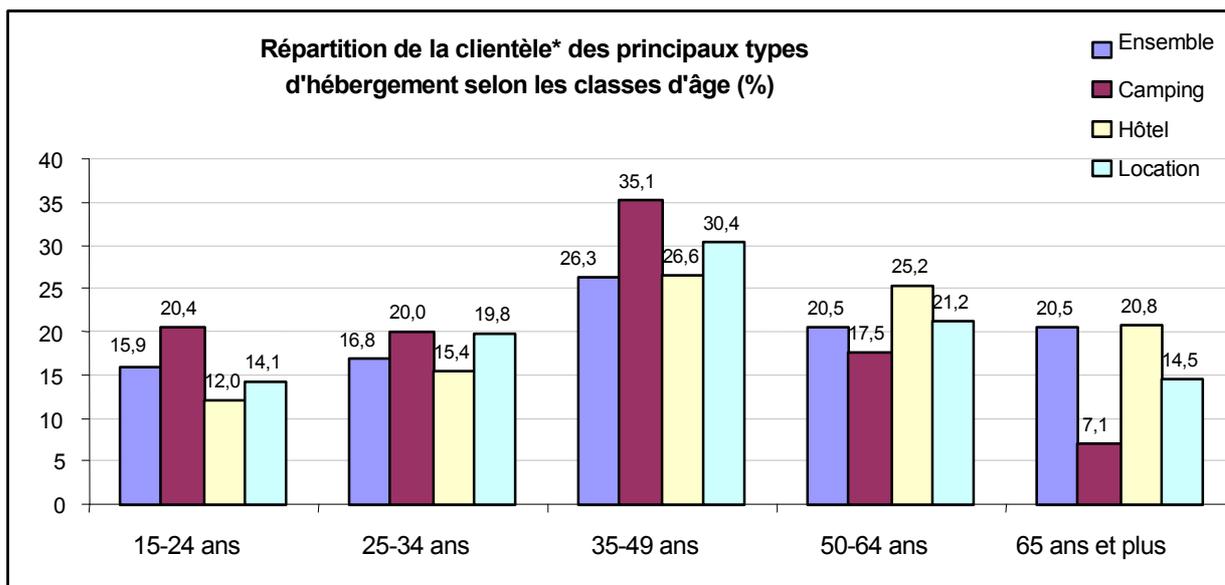
Aujourd'hui, nous assistons à une répartition plus équilibrée des âges de clientèle, bien que les plus jeunes soient toujours en tête, avec 16% du nombre de nuitées. Les 35-49 ans réduisent l'écart (15,6%), juste devant les 25-34 ans qui avec près de 15% du taux de fréquentation gagnent plus de 5 points en 7 ans.

TABLEAU 11 : RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE* DANS LES DIFFÉRENTS MODES D'HÉBERGEMENTS PENDANT L'ÉTÉ 2002, SELON L'ÂGE

	15-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
Hébergement marchand	40,9	50,5	55,6	51,8	40,7
Hôtel	15,1	19,9	23,3	30,0	24,9
Gîte rural, chambre d'hôte, refuge	4,3	8,9	9,7	8,1	5,1
Hôtellerie de plein air	16,4	14,9	15,6	9,9	4,0
Club ou village de vacances	3,1	4,9	7,8	5,6	6,9
Résidence de tourisme	1,4	3,4	3,8	2,7	2,8
Location	7,0	11,5	12,5	10,8	6,7
Hébergement non marchand	40,6	53,6	43,5	47,5	40,7
Résidence secondaire	5,3	2,1	4,1	12,3	11,8
Parents, amis	38,7	52,7	41,6	41,9	34,4

*individu de 15 ans et plus s'étant rendu au moins une fois dans ce type d'hébergement

Source : SDT été 2002 – TNSofres/Direction du Tourisme



* Individus étant rendu au moins une fois dans ce type d'hébergement.

Source : SDT été 2002 – TNSofres/Direction du Tourisme

Il est à noter que l'hébergement non marchand est globalement moins important qu'en 1996, bien qu'en augmentation en 2002 par rapport aux années précédentes. Les 15-34 ans sont les premiers à se rendre dans leur famille ou chez des amis, alors que les tranches d'âge supérieur privilégient leur résidence secondaire. Toutefois, lorsqu'il s'agit d'opter pour l'hébergement marchand, les 50-64 ans préfèrent l'hôtellerie traditionnelle au camping, plus adaptée sans doute à leur besoin de confort (30%), suivis des 35-49 ans (23,3%), puis de leurs cadets avec 20% des 25-34 ans et seulement 15% des 15-24 ans. Notons que ces derniers sont les seuls à opter davantage pour le camping que pour l'hôtel, les tarifs étant le facteur principal de décision.

III.3.2. La tradition populaire du camping en diminution devant la progression de nouvelles catégories socio-professionnelles

La progression des plus de 25 ans parmi la clientèle de l'hôtellerie de plein air est significative d'une modification de l'image du camping auprès de la clientèle. Il ne s'agit plus du mode d'hébergement économique réservé à la jeunesse ou aux moins fortunés. L'hôtellerie de plein air fait surtout référence à la vie en communauté ou en famille, au grand air et à une évasion du quotidien.

C'est ainsi que les cadres progressent de 4,5 points depuis 1996 pour constituer la deuxième clientèle (en nombre de séjours), derrière les ouvriers qui restent fidèles à ce mode d'hébergement, bien qu'en légère diminution (17,8% en 1996 contre 20,4% en 2002). Par ailleurs, en 2002 les professions intermédiaires constituent l'unique autre catégorie en augmentation (+5,6 points), les autres catégories étant en déclin, de la catégorie ouvrière (-2,6 points) aux agriculteurs (-1point) en passant par les commerçants, artisans et chefs d'entreprises (-1,3 point).

Les ouvriers étaient 4 fois plus nombreux que les cadres dans l'hôtellerie de plein air en 1996, l'écart est désormais de 6,7 points entre ces deux catégories, les moins nombreux étant à présent les inactifs, qui restent stables à 6,2%.

TABLEAU 12 : RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE* DANS LES DIFFÉRENTS MODES D'HÉBERGEMENT SELON LA CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE DE L'INDIVIDU, ETÉ 2002

	Agriculteur	Commerçant Artisan Chef d'entreprise	Cadre supérieur- profession libérale	Profession intermédiaire contremaître	Employé, Services	Ouvrier	Étudiant	Inactif
Hébergement marchand	35,9	47,5	73,1	63,6	48,6	43,1	42,0	42,9
Hôtel	15,8	24,3	45,6	31,1	19,1	13,3	14,3	24,7
Gîte rural, chambre d'hôte, refuge	7,8	7,1	16,9	11,9	7,5	5,3	4,9	5,6
Hôtellerie de plein air	8,6	10,9	11,1	15,0	14,9	17,8	15,9	6,2
Club ou village de vacances	-	4,9	10,8	8,5	5,5	3,1	3,5	6,4
Résidence de tourisme	0,7	1,9	6,1	4,0	3,4	1,4	1,7	2,8
Location	9,5	7,7	15,0	13,6	11,0	9,0	8,5	8,0
Hébergement non marchand	15,0	38,6	70,0	56,9	46,3	34,1	40,7	41,9
Résidence secondaire	1,6	6,0	10,4	6,4	4,2	2,6	6,5	10,8

* individu de 15 ans et plus s'étant rendu au moins une fois dans ce type d'hébergement

Source : SDT été 2002 – TNSofres/Direction du Tourisme

III.3.3. Une hausse de fréquentation des clientèles urbaines

La hausse de la pratique du camping dans les catégories socio-professionnelles supérieures irait-elle de pair avec l'environnement quotidien plus urbain de ces nouvelles clientèles?

Comme il y a quelques années, les petites agglomérations sont les premières localités émettrices d'amateurs de séjours en camping en 2002. Les populations rurales et les habitants des plus petites villes représentent ainsi environ 13% des nuitées en 2002 contre respectivement 13,3% et 12,4% en 1996.

Pourtant, plus la taille de l'agglomération augmente, plus la proportion de résidents choisissant l'hôtellerie de plein air progresse. Dans les grandes villes de 20 000 à plus de 100 000 habitants la clientèle des campings est en hausse de 2,4 à 2,5 points par exemple depuis 1996 (cf. tableau ci-dessous).

Enfin, les Franciliens, alors très peu adeptes de ce mode d'hébergement à cette date (4,5%), sont aujourd'hui presque deux fois plus nombreux (8,2%).

TABLEAU 13 : RÉPARTITION DES NUITÉES EN SÉJOUR PERSONNEL EN FRANCE PENDANT L'ÉTÉ 2002 SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION D'ORIGINE

	Ruraux	2 000 à moins de 20 000 habitants	20 000 à moins de 100 000 habitants	100 000 habitants et plus	Agglo. parisienne

Hébergement marchand	44,2	43,5	46,8	50,3	59,9
Hôtel	17,8	19,8	24,0	24,7	32,0
Gîte rural, chambre d'hôte, refuge	6,8	5,8	6,4	7,7	10,7
Hôtellerie de plein air	13,0	13,2	11,4	12,8	8,2
Club ou village de vacances	4,8	4,7	4,7	6,1	9,7
Résidence de tourisme	2,1	2,5	3,3	2,6	5,1
Location	8,9	8,0	8,6	10,7	13,5
Hébergement non marchand	36,3	40,2	42,0	45,7	66,0
Résidence secondaire	3,1	4,6	5,9	7,7	17,1

*individu de 15 ans et plus s'étant rendu au moins une fois dans ce type d'hébergement
Source : SDT été 2002 – TNSofres/Direction du Tourisme

Par rapport aux autres formes d'hébergement, la fréquentation des terrains de camping demeure moins importante que l'hôtel, toutes tailles d'agglomérations confondues. Mais plus celles-ci augmentent, plus le nombre de nuitées en hébergement marchand progresse, et notamment en hôtellerie traditionnelle (32% pour les franciliens, contre 13% pour les ruraux en 2002).

III.3.4 Un type d'hébergement familial

Le nombre de personnes composant le foyer paraît être l'élément déterminant du choix de l'hébergement, ceci allant de pair avec la contrainte financière, mais aussi avec la nécessité d'espace et d'autonomie.

Les familles composées de trois ou quatre membres sont les plus nombreuses en hôtellerie de plein air (respectivement 13,1% et 17,8% en 2002), alors que les foyers d'une ou deux personnes séjournent plutôt à l'hôtel (25,5% et 29,6%).

Le camping est en effet un type d'hébergement particulièrement adapté à la famille, la location étant également couramment choisie : 11% des nuitées en moyenne par les foyers de plus de 3 individus. A partir de quatre individus par famille, la fréquentation des hôtels traditionnels recule au même niveau que celle de l'hôtellerie de plein air, le coût étant naturellement multiplié par le nombre de personnes.

La proportion de familles nombreuses en camping reste stable par rapport à 1996 (+0,2%).

TABLEAU 14 : RÉPARTITION DES NUITÉES (SÉJOURS PERSONNELS EN FRANCE) SELON LE NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER, ETE 2002

	Nombre de personnes au foyer				
	1	2	3	4	5 et plus
Hébergement marchand	42,3	50,8	46,2	52,4	48,6
Hôtel	25,5	29,6	19,5	17,8	16,2
Gîte rural, chambre d'hôte, refuge	7,2	7,3	6,7	8,2	8,4
Hôtellerie de plein air	5,8	9,7	13,1	17,8	16,2

Club ou village de vacances	6,4	5,9	4,7	6,4	6,4
Résidence de tourisme	2,2	3,0	2,8	3,1	3,7
Location	6,6	9,7	10,4	12,6	10,1
Hébergement non marchand	46,1	48,5	44,1	43,2	37,9
Résidence secondaire	5,9	11,4	6,1	4,2	3,9
Parents, amis	43,6	42,8	41,6	41,4	35,8

individu de 15 ans et plus s'étant rendu au moins une fois dans ce type d'hébergement
Source : SDT été 2002 – TNSofres/Direction du Tourisme

III.3.5 Réduction de la durée moyenne de séjours

La durée de séjour en hôtellerie de plein air a évolué dans la première moitié des années 1990. Il y a dix ans, elle atteignait près de 9 nuitées ; les vacanciers ne passent pas en moyenne plus de 6 jours en camping actuellement. En 1995, la moyenne était de 5,3 nuitées pour s'établir en 2002 à 5,8 nuitées.

Les Français séjournent plus longtemps que les étrangers sur les terrains, ces derniers ayant des vacances souvent plus itinérantes ou traversant la France pour rejoindre l'Europe du Sud.

Dans l'hôtellerie traditionnelle, les séjours sont relativement stables depuis 1995, avec une moyenne de 1,9 nuitées en 2002.

TABLEAU 15 : DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR - COMPARAISON CAMPING - HÔTELLERIE

	<i>Camping</i>			<i>Hôtellerie</i>		
	1995	2001	2002	1995	2001	2002
<i>Total</i>	5,3	5,8	5,8	1,8	1,9	1,9
Français	5,9	6,4	6,4	1,7	1,7	1,7
Etrangers	4,4	5,0	5,0	2	2,2	2,1

Source : INSEE – Direction du Tourisme

III.3.6. Les lacs toujours en tête des espaces privilégiés

Les campings à proximité de points d'eau sont toujours les plus fréquentés, comme c'était déjà le cas en 1996. Le littoral et les lacs occupent ainsi respectivement 17,3% et 21,5% des nuitées en 2002 contre 15,5% et 18,8% il y a sept ans.

Quand aux autres espaces, l'environnement montagnard bénéficie de près de 12% des visites (+1,4 point), suivi de la campagne (+1,1 point) puis de la ville (+2,7 points).

TABLEAU 16 : RÉPARTITION DES NUITÉES DES SÉJOURS PERSONNELS DANS LES DIFFÉRENTS MODES D'HÉBERGEMENT SELON L'ENVIRONNEMENT DE SÉJOUR, ETE 2002

	Mer	Montagne	Campagne	Lac	Ville
Hôtel	11,00%	17,2%	8,8%	18,4%	18,4%
Gîte rural, chambre d'hôte	2,8%	7,4%	6,7%	7,3%	2,1%
Hôtellerie de plein air	17,3%	11,9%	8,3%	21,5%	5,4%
Location	14,3%	14,5%	5,0%	9,2%	5,3%
Villages de vacances	6,5%	5,5%	2,4%	5,1%	1,5%
Résidence de tourisme	2,9%	3,6%	0,7%	2,1%	0,8%
Résidence secondaire du foyer	16,2%	12,1%	20,2%	9,1%	5,3%
Chez quelqu'un de la famille	20,0%	19,6%	38,5%	17,7%	40,9%
Chez des amis	6,2%	6,1%	7,6%	5,3%	11,3%
Autre	2,8%	2,1%	1,8%	4,3%	8,0%

Source : SDT été 2002 – TNSofres/Direction du Tourisme

IV. DONNEES ECONOMIQUES DE CADRAGE

IV. 1. Un niveau d'activité soutenu

Point méthodologique¹⁹ : L'EAE – Champs, limites :

L'Enquête Annuelle des Entreprises réalisée par l'INSEE constitue l'une des seules sources d'information disponibles sur l'activité des entreprises françaises.

Depuis 1998, les entreprises sont interrogées annuellement ou tous les deux ans, selon leur poids économique. Dans le secteur de l'hôtellerie de plein air, le seuil d'exhaustivité est représenté par un nombre de salariés supérieur ou égal à 10 ou d'un chiffre d'affaires de plus de 5M€.

- *Outre cette première limite, il est important de souligner que l'EAE ne concerne que le secteur privé, entreprises et associations loi 1901, qui représentent environ 68% du secteur.*
- *Par ailleurs, l'EAE est une enquête de secteur et non de branche : l'ensemble des services offerts sur un terrain de camping est comptabilisé sous le code NAF 552.C (hôtellerie de plein air), mais peut aussi l'être sous l'activité commerce...*

En 2001, l'enquête fait état de 771 000 entreprises dans les secteurs de l'immobilier et du service aux particuliers et aux entreprises. Leur chiffre d'affaires atteint 33 milliards d'euros, et 4,3 millions de personnes réalisent une valeur ajoutée de 209 milliards d'euros.

Les activités regroupées sous le code NAF 55 (Hôtels et restaurant), qui inclut les terrains de camping, regroupent 193 078 entreprises, soit 64% du service aux particuliers. Elles dégagent un chiffre d'affaires de 53 929 millions d'euros (57%) pour une valeur ajoutée de 25 386 millions d'euros et occupent 871 324 personnes.

Dans l'hôtellerie de plein air, l'échantillon est de 4 373 entreprises en 2001, soit 48,6% des terrains existant à cette date²⁰, 12% des hébergements touristiques et 2,3% du secteur hôtels et restaurants.

¹⁹ Cf. Point méthodologique IV

²⁰ Source FFCC: 8 983 établissements

TABLEAU 1 : CHIFFRES CLÉS DU SECTEUR HÔTELS ET RESTAURANTS (CODE NAF (55), 1999 – 2001)

Hôtels et restaurants	2001	1999
Nombre d'entreprises (dont 30 salariés et +)	193 078	205 795
Personnes occupées	871 324	786 396
Dont salariés (équivalents temps plein)	723 228	666 591
Chiffre d'affaires (M€)	53 929	49 705
Consommations intermédiaires (M€)	28 573	26 321
Valeur ajoutée (M€)	25 386	23 436

Source : INSEE – EAE Services

Sur le secteur des services aux particuliers, l'activité des hôtels et restaurants est en évolution constante, comme nous le montrent les principaux indicateurs économiques entre 1999 et 2001 : malgré 12 717 entreprises en moins, on dénombre 84 928 personnes occupées en plus – dont 56 637 contrats de salariés (temps plein) –, une hausse de 4 224 millions d'Euros de chiffres d'affaires et de 1 950 millions d'Euros de Valeur ajoutée.

TABLEAU 2 : CADRAGE DE L'ACTIVITÉ DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR ET AUTRES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES, EN 1998 ET 2001²¹

	Nombre d'entreprises		Chiffre d'affaires (M€)		Frais de personnel moyen par salarié (K€)		Effectif salarié équivalent temps plein	Personnes occupées
	2001	1999	2001	1999	2001	1999	2001	2001
Hôtellerie de plein air	4 373	4 125	1 147	935	27	27	10 173	13 407
Hôtels de tourisme	26 211	29 151	14 378	13 750	26	25	169 807	184 508
Hôtels de préfecture	2 596	3 140	273	307	22	22	2 435	4 692
Auberges, refuges	190	173	46	31	15	13	955	1 126
Autres hébergements touristiques	5 474	4 175	1 804	1 052	26	25	17 451	22 040
Total hébergements touristiques	38 844	40 764	17 648	16 075	-	-	200 821	225 773
Secteur Hôtels et restaurants	193 078	205 795	53 929	49 705	78	23	723 228	871 324

Source : INSEE - EAE Services

²¹ Publiés en septembre 2003

En 2001, l'hôtellerie de plein air représente 2,1% du chiffre d'affaires réalisé par le secteur hôtels et restaurants, avec 1 147 millions d'Euros. Les hôtels de tourisme concentrent la majeure partie du chiffre d'affaires créé dans le secteur Hôtels et restaurants (code NAF) 26,7%, mais aussi 81,5% du chiffre d'affaires des hébergements touristiques.

Parmi les hébergements touristiques, l'hôtellerie de plein air produit 6,6% du chiffre d'affaires en 2001, en progression d'0,8 point depuis 1999 comme les autres hébergements de tourisme (+3,7 points) mais contrairement à l'hôtellerie traditionnelle qui recule de 4,0 points sur la même période.

L'hôtellerie de plein air voit sa valeur ajoutée par personne occupée diminuer, avec 44 K€ en 2001 contre 45 K€ en 1999. En 2001, elle représente 32,8% de celle des hébergements touristiques, en recul de presque 3 points par rapport à 1999. L'hôtellerie de plein air conserve tout de même sa première place en termes de valeur ajoutée par personne occupée, devant l'hôtellerie de tourisme (29,1% en 2001).

TABLEAU 3 : L'ACTIVITÉ DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR ET D'AUTRES SOUS-SECTEURS TOURISTIQUES, 1999 ET 2001

	Chiffre d'affaires, moyenne par personne (K€) (*)		Valeur ajoutée, moyenne par personne (K€)		Chiffre d'affaires - Moyenne par entreprise (K€)		Valeur Ajoutée - Moyenne par entreprise (K€)	
	2001	1999	2001	1999	2001	1999	2001	1999
Hôtellerie de plein air	86	85	44	45	264	230	136	121
Hôtels de tourisme	78	74	39	38	550	472	272	231
Auberges, refuges	41	38	19	15	243	176	112	72
Autres hébergements touristiques	82	67	32	34	330	255	128	126
Restaurants	56	58	26	27	255	217	118	98
Cafés	57	57	28	29	113	104	55	52
Cantines d'entreprises et restaurants sous contrat	60	62	27	28	6 265	4673	2 765	2110
Traiteurs, organisation de réception	67	67	30	30	402	349	178	157
Secteur Hôtels et restaurants	63	64	29	30	282	244	133	115

Source: INSEE - EAE Services

(*) **Chiffre d'affaires/Personnel occupé (source Insee):** Chiffre d'affaires/Personnel occupé
Le personnel occupé est égal à l'effectif salarié annuel moyen en équivalent temps plein + l'effectif non salarié annuel moyen en équivalent temps plein

TABLEAU 4 : ACTIVITÉ GÉNÉRÉE PAR L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR EN 1999 ET 2001, PAR RAPPORT AUX AUTRES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

	<i>Valeur ajoutée / Chiffre d'affaires (%)</i>		<i>Frais de personnel / Valeur ajoutée (%)</i>	
	1999	2001	1999	2001
<i>Hôtellerie de plein air</i>	52.5	51.4	45.7	46
<i>Hôtels de tourisme</i>	49	49.5	61.7	60.9
<i>Auberges, refuges</i>	40.8	46.0	69.1	68.3
<i>Autres hébergements touristiques</i>	49.8	38.8	59.7	36.5
<i>Secteur Hôtels et Restaurants</i>	ND	47	ND	26.4

Source: EAE, INSEE
ND : Non disponible

Le chiffre d'affaires par personne progresse légèrement dans le secteur de l'hôtellerie de plein air entre 1999 et 2001 (+1 K€), bien que la moyenne par entreprise augmente de 34 K€ pour s'établir à 264 K€ en 2001.

Il est toutefois le plus élevé de l'ensemble du secteur « hôtels et restaurants », les hôtels de tourisme présentant un chiffre d'affaires par personne de 78 K€ en 2001, les « autres hébergements » atteignant 82 K€ et les restaurants 56 K€.

L'hôtellerie de plein air est également la catégorie d'hébergement touristique la plus créatrice de valeur ajoutée par rapport au chiffre d'affaires. Ainsi, le ratio de 51,4% en 2001, est à comparer aux 49,5% pour les hôtels de tourisme, 46% pour les auberges de jeunesse/refuges et 39% pour les autres hébergements. Pourtant, l'année 1999 était globalement plus productive, avec un rapport de 60 % entre valeur ajoutée et chiffre d'affaires, soit le bénéfice d'activité dégagé, largement supérieur à la moyenne de 47% du secteur Hôtels et restaurants.

IV.2. Démographie des entreprises

Au 1^{er} janvier 2002, le nombre d'entreprises touristiques était évalué à 221 242, soit 5 212 de plus que l'année précédente. Les cafés-hôtels-restaurants représentaient la majeure partie de ces sociétés, soit 203 649 entreprises. En 1998, elles étaient 183 650, soit une progression de 11% en quatre ans.²²

Dans ce paysage, l'hôtellerie de plein air tient une place particulière, puisque le secteur perd 259 membres entre 1992 et 2002, et 103 entre 1998 et 2002. Cette tendance va de pair avec une progression du nombre d'emplacements, de 88 845 sur la décennie 1992-2002 et de 10 860 depuis 1998.²³

TABLEAU 5 : EVOLUTION DES CRÉATIONS D'ENTREPRISES ENTRE 1993 ET 2002

²² Source : INSEE – SIRENE

²³ Source : FFCC

En nombre	Hôtellerie de plein air		
	1993	1996	2002
Créations d'entreprises	718	696	590
Défaillances d'entreprises	27	31	19

Source : INSEE - SIRENE

L'hôtellerie de plein air ne connaît cependant pas tout à fait le même dynamisme que l'ensemble du secteur touristique. En effet, le nombre de campings créés diminue de 15% en six ans (entre 1996 et 2002), alors que les entreprises de tourisme augmentent proportionnellement (+15%) entre 2001 et 2002 (+15%), soit 33 250 entreprises supplémentaires.

Notons cependant que les défaillances d'entreprise en hôtellerie de plein air sont en diminution constante depuis une dizaine d'années, et notamment depuis le milieu des années 1990 : elles chutent ainsi de 38,7% entre 1996 et 2002.

Par ailleurs, le rythme de création augmente légèrement de 3% depuis l'année 2000.

Tous secteurs d'activité confondus, les créations d'entreprises sont en hausse au premier trimestre 2003, avec une progression de 3,3% par rapport à la même période de l'année 2001.

TABLEAU 6 : CRÉATION D'ENTREPRISES PAR ORIGINE HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, ENTRE 1993 ET 2002

	Créations par origine, Hôtellerie de plein air					
	1993	1996	1997	2000	2001	2002
Créations	718	696	684	572	573	590
Pures	24,70%	21,70%	19,50%	19,40%	20,60%	24,10%
Reprises	28,80%	29,30%	28,50%	30,60%	34,20%	33,40%
Réactivations	46,50%	49,00%	52,00%	50,00%	45,20%	42,50%

Source : INSEE - SIRENE

Les réactivations, bien qu'en recul depuis une dizaine d'années, restent la modalité dominante des créations d'hôtels de plein air (42,5%). Ceci est sans doute une particularité forte de cette activité, si l'on considère que les réactivations ne représentent globalement que 25% des créations dans le secteur « Hôtellerie et restauration ».

Les reprises sont en effet généralement plus courantes (44%)²⁴, alors qu'elles concernent moins le secteur de l'HPA : elles ne viennent qu'en seconde position des modalités de création d'entreprise, bien qu'elles restent importantes (33,4% des créations).

Finalement, les créations pures sont minoritaires, avec une part inférieure à un quart des entreprises créées. Elles concernent peu les hôtels de tourisme, et davantage les hébergements de courte durée et les agences de voyages.

Comme dans le secteur de l'hôtellerie, un grand nombre de petites entreprises se répartissent sur l'ensemble du territoire, mais se trouvent mis en difficulté par la concurrence de sociétés plus puissantes en termes d'investissements. Les terrains de camping mieux équipés, plus vastes, parfois intégrés à des groupes, ou agissant en partenariat avec des

²⁴ 44% des créations d'entreprises dans l'hôtellerie et la restauration, mais seulement 33,4% dans l'HPA

TO étrangers, entraînent une modernisation du secteur. Tous les établissements n'adhèrent pas à ce modèle de transformation, du fait de leur spécificité d'entreprise familiale.

Toutefois, le mouvement de concentration que connaît l'hôtellerie existe à un rythme beaucoup moins soutenu -pour l'instant- dans l'hôtellerie de plein air.

IV. 3. Evolution des prix

TABLEAU 7 : PRIX À LA JOURNÉE DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, SELON L'INDICE DES PRIX 2001-2003, POUR UN EMPLACEMENT NU

	Prix minimum (en €)			Prix maximum (en €)			Moyenne (en €)		
	Prix FFCC	Indices	Prix indicé	Prix FFCC	Indices	Prix indicé	Prix FFCC	Indices	Prix indicé
2001	0,57	103,7	0,59	10,26	103,7	10,64	2,58	103,7	2,67
2002	0,48	105,6	0,51	15,20	105,6	16,04	3,02	105,6	3,18
2003	0,47	105,5	0,50	10,83	105,5	11,43	2,93	105,5	3,09

Remarque : Base 100 en 1995, source : INSEE, Comptes nationaux

[cf. ANNEXES IV.3 : Indices des prix à la consommation]

Durant les années 2001-2003, les prix affichés dans l'hôtellerie de plein air augmentent, quel que soit le standing du terrain considéré. Ainsi globalement, la baisse est de 42 centimes en moyenne.

Après une année 2001 où l'augmentation moyenne des prix reste limitée dans l'hôtellerie de plein air, 2002 présente une inflation importante, notamment dans le haut de gamme. Les prix maximum progressent ainsi de plus de 50%, contre une inflation des prix moyens de 19%. Seuls les tarifs peu élevés continuent à décroître, en moindre proportion par rapport à l'année précédente.

En 2003, nous atteignons ainsi des tarifs en légère diminution par rapport à 2002, de 3,10€ par journée en moyenne, soit 0,50€ pour les moins élevés, et 11,43€ pour les plus élevés.

TABLEAU 8 : EVOLUTION DES PRIX DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, SELON L'INDICE DES PRIX 2000-2003

	Prix minimum		Prix maximum		Moyenne	
	Prix FFCC	Prix indicé	Prix FFCC	Prix indicé	Prix FFCC	Prix indicé
2002/2001	-15,8%	-14,3%	+48,1 %	50,8%	+17,0 %	19,0%
2003/2002	-2,1%	-2,1%	-28,7 %	-28,8%	-2,9 %	-2,9%

Entre 1999 et 2003, l'ensemble des hébergements de vacances présente une forte inflation, très irrégulière. En effet, les prix augmentent fortement en saison estivale, de mai à septembre, et de manière de plus en plus marquée : en 1999, la progression maximale atteint 10% au mois de juin, alors qu'en 2002, celle-ci dépasse les 16%, soit un taux plus important que les années précédentes.

Cet effet d'irrégularité lié à la saisonnalité ne se retrouve pas dans les autres secteurs touristiques, bien que la courbe générale des prix suive le même mouvement à la hausse.

TABLEAU 9 : VARIATIONS ANNUELLES DES PRIX (EN %)

	1999/1998	2000/1999	2001/2000	2002/2001	2003/2002
Ensemble de l'économie	0,6	1,7	1,7	1,9	2,1
Hôtels + pensions	2,6	3,3	3,9	4,9	4,1
Hébergements de vacances	-2,4	6,6	3,4	5,3	-1,5
Voyages organisés	2,2	1,1	6,1	2,9	0,4
Restaurants + cafés	1,4	1,8	2,4	4,3	2,5
Produits alimentaires	0,6	2,3	5,8	2,8	1,6
Services de transports	0,6	1	3,1	2,4	3,5
Utilisation de véhicule	2	7,4	-0,7	0,8	2,5
Loisirs, culture	-0,8	-0,4	0,4	0,4	-0,5
Moyenne du tourisme	0,6	1,8	3,5	3,3	2,0

Source : INSEE - Direction du Tourisme (Comptes du Tourisme)

1° Evolution de l'inflation annuelle

L'ensemble de l'économie française connaît une inflation de 2,1 % en 2003, un peu plus importante que les années précédentes. Avec une hausse des prix de 2,0 % en 2003, faisant suite aux +3,3 % de l'année 2002, le tourisme est le secteur qui connaît les augmentations de prix les plus importantes.

Si les tarifs dans l'hôtellerie de plein air ont peu évolué dans l'ensemble entre 2000 et 2003, l'inflation dans le secteur des hébergements de vacances est la plus importante en 2002 depuis 1998. L'année 1999 très difficile est peut-être à l'origine du recul des prix de 2,4% par rapport à l'année précédente. Mais ceux-ci progressent de 6,6% en 2000, puis à nouveau de près de 6% en 2002, pour reculer de 1,5 % en 2003.

Seuls les hôtels et pensions affichent une hausse tarifaire comparable à celle des hébergements de vacances en 2002, de 4,9% et en 2003 de 4,1 %. Les restaurants et les cafés dont les prix progressaient peu jusqu'en 2000 viennent ensuite avec un accroissement de 4,3% en 2002 et 2,5 % en 2003. En 2000, une inflation de près de 6% également concernait les voyages organisés (+6,1%) ou des produits agroalimentaires (+5,8%).

2° Justifications conjoncturelles

Quatre facteurs principaux sont évoqués pour expliquer cette inflation généralisée de l'année 2002 :

Les perturbations climatiques, qui joueraient notamment sur les productions agro-alimentaires, les *coûts liés à l'augmentation des cours du pétrole*, des *coûts de santé* ou de *logement accrus* suite à une nouvelle tarification, et enfin, plus directement liées au tourisme, les *conséquences du passage à l'Euro*, pour lequel les taux de conversion sont rarement respectés.

IV. 4. L'emploi dans l'hôtellerie de plein air

Point méthodologique :

Les données suivantes sont tirées des DADS (Déclaration Annuelle de données sociales INSEE), et présentent l'emploi généré au niveau national par les terrains privés et associatifs. Ne figurent donc pas les employés du secteur public (terrains municipaux) qui déclarent un nombre d'emploi global sans détail sectoriel.

Le traitement de ces éléments par l'INSEE Languedoc-Roussillon se base sur un échantillon représentatif au 1/25^{ème}.

Dans ces fichiers, on retrouve le nombre de salariés en fonction des dates de début et de fin de contrat et en fonction de leurs caractéristiques (âge, sexe, CSP, conditions d'emploi²⁵, rémunération...) reprises ci-dessous.

IV.4.1. Une saisonnalité inhérente au secteur

- La source UNEDIC couramment utilisée pour tenter de cerner l'emploi dans les activités touristiques convient mal à l'analyse de l'hôtellerie de plein air, dont la caractéristique principale est la forte saisonnalité. Ainsi, de source UNEDIC, 11 585 emplois auraient été créés sur l'ensemble de l'année 2001 dans ce secteur, dont 6 550 déclarés au premier janvier. Cette dernière précision à date donnée permet de mieux saisir la forte hétérogénéité du volume d'emploi dans le camping ; toutefois, cet ajustement est encore loin de refléter la réalité de l'emploi dans l'hôtellerie de plein air. Car, en poussant plus loin l'analyse grâce au fichier DADS, nous constatons qu'au cœur de la saison estivale, ce ne sont pas moins de 25 300 salariés qui contribuent à l'activité du secteur, soit une variation de 1 à 4 selon la période considérée.
- Afin de faciliter l'analyse, nous distinguons quatre types de saisonniers, en fonction de la période couverte par leur contrat, qui viennent soutenir le travail des salariés permanents :

²⁵ Temps complet (>80%), temps partiel (<80%)

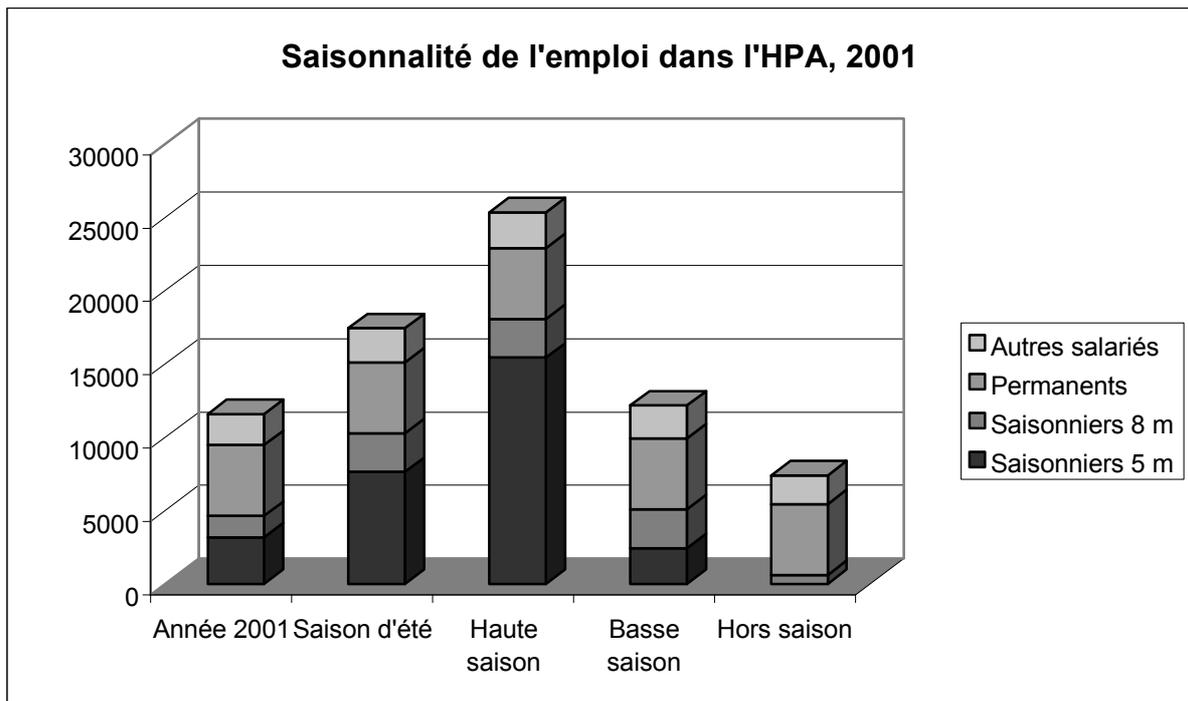
Saisonniers 5 mois Haute saison estivale, 5 mois	Contrats conclus à partir du 1 ^{er} mai de l'année et résiliés au plus tard le 30 septembre de la même année.
Saisonniers 8 mois Saison d'été élargie, 8 mois	Contrats conclus à partir du 1 ^{er} mars de l'année et résiliés au plus tard le 30 octobre de la même année. Cette catégorie a pour but de tenir compte du signalement de Monsieur Féraud sur l'existence d'une "deuxième catégorie" de salariés saisonniers, prévue par la convention collective.
Autres saisonniers	Autres saisonniers, dont le contrat atteint une période maximale de 8 mois (240 jours contrats)
Autres salariés	Salariés ayant travaillé plus de 8 mois dans l'année (>240 jours mais <1 année)
Permanents	Personnels ayant travaillé au moins une année calendaire (Années 2000+2001)

Remarque importante : chaque catégorie est exclusive, les « saisonniers 5 mois » ne sont ainsi pas compris dans la catégorie des personnes travaillant 8 mois.

TABLEAU 11 : EMPLOI SALARIÉ DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, EN FONCTION DE LA PERIODE , 2001

Catégories d'emploi	Nombre moyen de jours-contrats sur les différentes périodes				
	Année 2001	Saison d'été 2001 Mai à septembre (5mois)	Haute saison d'été 2001 Juillet & août	Basse saison d'été 2001 Mai, juin, sept.	Année hors saison d'été 2001
Saisonniers d'été Contrats 5 mois	3184	7642	15440	2444	0
Saisonniers d'été Contrats de 8 mois	1461	2649	2641	2654	612
Autres salariés	2115	2324	2442	2245	1967
Permanents année 2001	5163	5157	5138	5169	5167
Dont permanents année 2000 actifs en 2001	338	332	313	344	342
Ensemble	11585	17440	25348	12168	7404

Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon



Année 2001 : Jours-contrats sur la moyenne de l'année

Saison d'été : 1^{er} mai au 30 septembre

Haute saison : mois de juillet et août

Basse saison : mai, juin et septembre

Hors saison : Année 2001 hors saison d'été

Saisonniers 5 m: contrats de 5 mois au plus, Saisonniers 8 m: contrats de 8 mois au plus,

Autres : Autres salariés + autres saisonniers, Permanents : Contrats d'au moins une année

En moyenne journalière de jours-contrats (1 jour contrat = 1 emploi) [cf. ANNEXES 1]

Comme nous le voyons ci-dessus, la grande majorité des emplois créés dans l'hôtellerie de plein air sont saisonniers, bien que le volume des emplois permanents occupe la seconde place et reste stable tout au long de l'année. La haute saison (juillet et août) est la période d'emploi maximale, avec un total de plus de 25 000 salariés dans le secteur, soit deux fois plus que sur la moyenne de l'année.

Nous constatons par ailleurs deux catégories principales de salariés saisonniers : ceux dont le contrat de travail couvre les cinq mois d'été (du 1^{er} mai au 30 septembre) et ceux, moins nombreux, qui bénéficient d'un contrat de huit mois (du 1^{er} mars au 30 octobre). Nous mettons l'accent sur cette dernière catégorie à cause de son importance confirmée par les professionnels ; la convention collective la prend d'ailleurs en compte. D'autre part, avant que les statistiques n'aient permis d'évaluer cette double saisonnalité, l'étude du secteur, notamment par la Direction du Tourisme, nous donnait déjà l'occasion de remarquer l'existence de « saisonniers professionnels » aux côtés des « saisonniers occasionnels ».

Ainsi, des différences non négligeables séparent les saisonniers de cinq mois et ceux de huit mois, à commencer par leur âge. Il ne s'agit pas de la même manière d'envisager l'emploi dans les campings : les premiers (« saisonniers occasionnels ») sont par exemple pour la plupart des jeunes de 18 à 25 ans, sans doute pour l'essentiel en « job d'été ». Les seconds, d'âge plus avancé (entre 36 et 60 ans), utilisent cet emploi dans l'hôtellerie de plein air comme moyen de subsistance pendant la majeure partie de l'année, peut-être en complément d'autres activités saisonnières.

Les fonctions occupées par ces deux types de saisonniers ne diffèrent pourtant pas, plus de la moitié d'entre eux étant déclarés "employés", voire comme "professions intermédiaires". La véritable différence en termes de CSP intervient lorsqu'il s'agit de considérer le personnel permanent, pour qui la catégorie "employés" concerne 42% des salariés (contre respectivement 55% et 65% pour les saisonniers de 8 et 5 mois), alors que les dirigeants atteignent 23% (contre 1% des salariés de huit mois, et 4% des saisonniers de plus courte durée). Cependant, notons que les ouvriers, apprentis et stagiaires occupent une bonne partie des emplois permanents (20%), soit des emplois d'au moins une année, sans que cette part évolue de manière significative d'année en année. La permanence d'emploi concerne donc les pôles extrêmes des niveaux de qualification soit le personnel très ou très peu qualifié.

Mais le personnel permanent (41,6% des salariés) se distingue de la majorité des autres employés de l'hôtellerie de plein air (58,4%) en ce qui concerne l'âge, le sexe et la rémunération. Alors que les "saisonniers de 5 mois" ont entre 25 et 28 ans pour la plupart, les permanents se rapprochent plutôt des saisonniers de plus longue durée (8 mois) pour ce qui est de l'âge. Ce sont majoritairement des hommes de 36 à 60 ans (62% sur l'année), un peu moins nombreux entre 26 et 35 ans (22%), et logiquement surreprésentés dans la tranche d'âge supérieure à 60 ans par rapport aux autres catégories de salariés. Ceci est bien entendu propre à l'hôtellerie de plein air, où les gestionnaires de terrains logent et vivent souvent sur place.

De même, la rémunération varie relativement peu d'une catégorie de salariés à l'autre, ce qui se retrouve sans doute peu dans les autres secteurs d'activité. Le salaire horaire varie ainsi de 6,33€ à 8,58€ selon qu'il s'agit de saisonniers ("autres saisonniers") ou de permanents. Ces derniers touchent donc environ 1,60€ de plus par heure que les saisonniers de 5 mois (6,97€) ou de 8 mois (6,79€). [cf. ANNEXES IV - Emploi]

IV.4.2. Analyse thématique

1° Un secteur d'activité jeune

Comme nous le voyons dans le tableau suivant, trois classes d'âge apparaissent nettement, quelle que soit la saison concernée, en ordre croissant : les 18-25 ans, les 36-60 ans et les 26-35 ans.

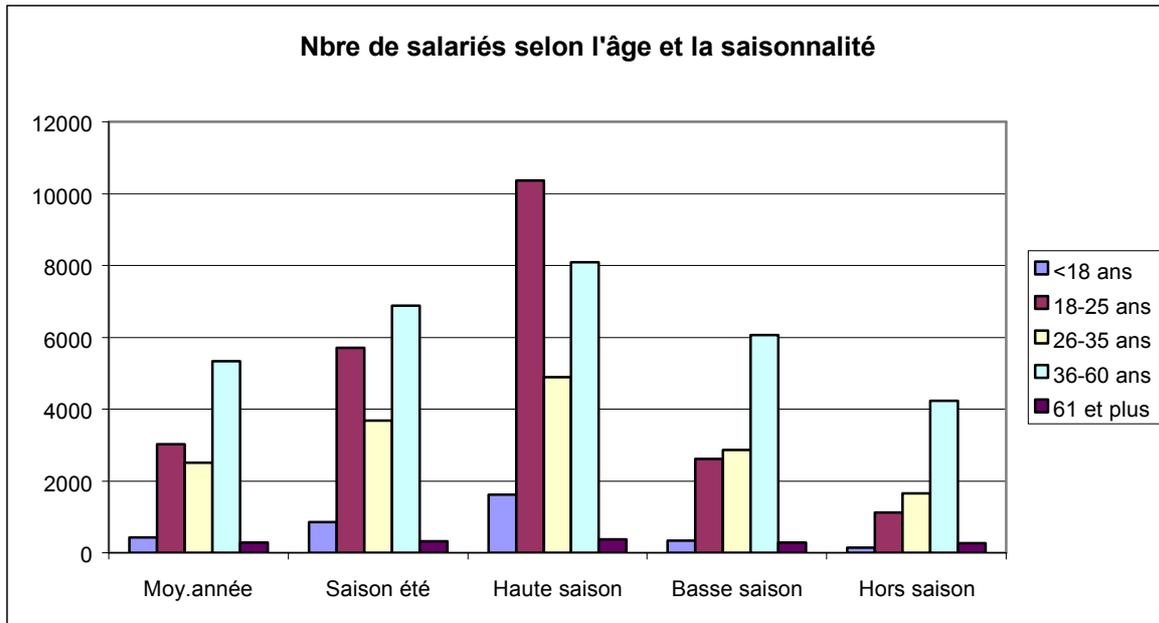
Mais alors que la catégorie des plus jeunes employés est massivement présente en haute saison et plus globalement en saison d'été, les 36-60 ans connaissent davantage une activité plus stable sur l'ensemble de l'année.

TABLEAU 12 : EMPLOI SALARIÉ DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR EN FONCTION DE L'ÂGE, 2001

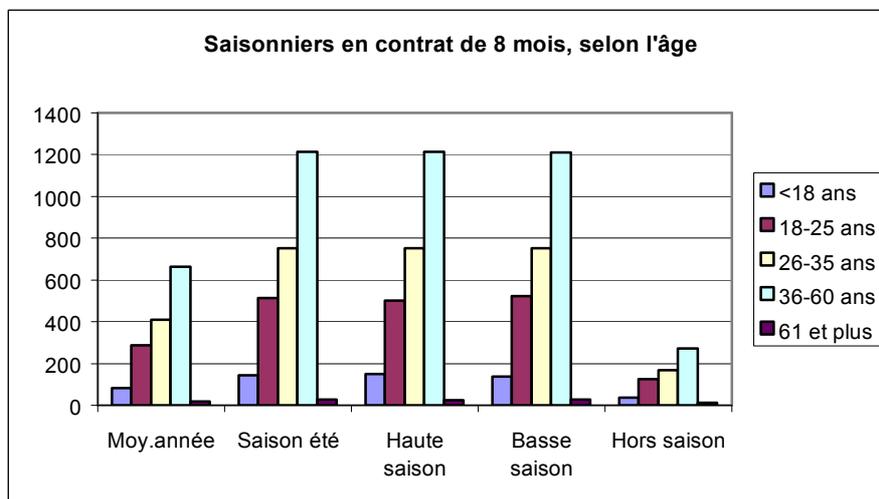
	Moy. année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
<18 ans	431	845	1 619	329	136

18-25 ans	3 027	5 708	10 360	2 606	1 112
26-35 ans	2 500	3 681	4 896	2 871	1 656
36-60 ans	5 338	6 881	8 095	6 071	4 236
61 et plus	289	325	378	290	264
Ensemble	11 585	17 440	25 348	12 167	7 404

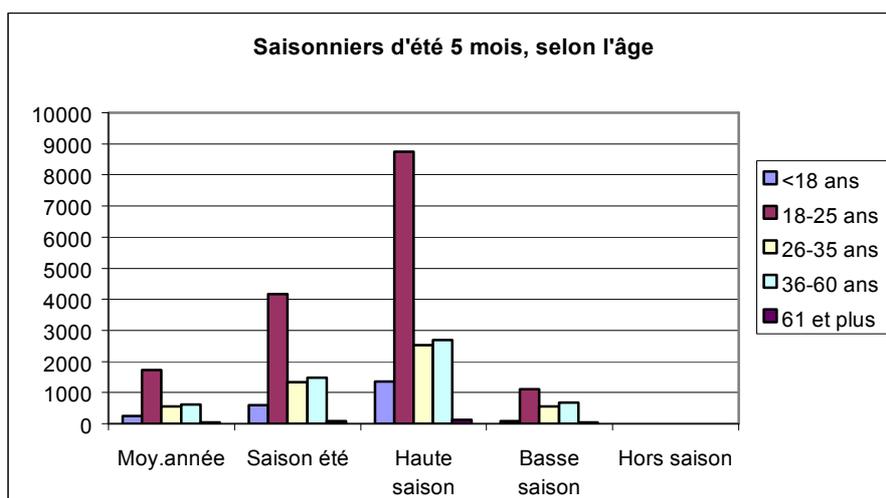
Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon



Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon



Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon



Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon

Nous retrouvons ici les catégories de salariés évoquées plus haut, à savoir les contrats créés de 5 mois et les contrats saisonniers d'une durée relativement plus longue (8 mois) auxquels viennent s'ajouter de nombreux emplois permanents.

En effet, si nous observons les schémas ci-dessus:

- La classe d'âge diffère tout d'abord avec une concentration des salariés les plus jeunes en très haute saison dans le cas de contrats de 5 mois, alors que pour les personnes employées pour une durée un peu plus longue (8 mois), il s'agit essentiellement des 36-60 ans (45% sur l'année) suivis des 26-35 ans (28%). Nous pouvons donc en déduire dans le premier cas une embauche d'étudiants et dans le second cas une catégorie de saisonniers dont ce type d'emplois à courte durée serait leur activité principale.
- Remarquons par ailleurs que l'emploi des 26-35 ans reste stable sur l'ensemble de la durée du contrat, alors que dans le cas des saisonniers de 5 mois, les 18-25 ans sont presque exclusivement présents en saison d'été et notamment en juillet et août où ils représentent la part majeure des employés (61%).

Les salariés permanents ont également entre 36 et 60 ans pour la plupart, la classe d'âge inférieure étant également assez nombreuse, dépassant les 1000 salariés tout au long de l'année, soit le nombre d'employés maximum des saisonniers de 8 mois en saison d'été.

Les classes d'âge extrêmes sont peu représentées, quelle que soit la catégorie d'emploi concernée. Toutefois, les salariés de plus de 60 ans sont comparativement plus nombreux parmi les permanents, dont ils constituent 4% de la population sur l'ensemble de l'année. Il est intéressant de constater que plus la durée de travail est importante, plus l'âge des salariés augmente : les plus de 36 ans représentent 20% des saisonniers de 5 mois (72% de 18-36 ans), 47% des saisonniers de 8 mois et 66% des permanents (pour 33% de moins de 36 ans).

2° Un secteur –presque– paritaire [Cf. Annexes IV – Emploi]



Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon

TABLEAU 13 : EMPLOI SALARIÉ DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, SELON LE SEXE ET LA SAISONNALITÉ, 2001
(EN NOMBRE DE SALARIÉS)

Ensemble des salariés

	Moy. année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
Femmes	5 183	8 318	12 885	5 274	2 943
Hommes	6 402	9 121	12 463	6 894	4 460
Total	11 585	17 439	25 348	12 168	7 403

Saisonniers 8 mois

	Moy. année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
Femmes	733	1 331	1 361	1 311	305
Hommes	728	1 318	1 280	1 343	308
Total	1 461	2 649	2 641	2 654	613

Saisonniers 5 mois

	Moy. année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
Femmes	1 719	4 126	8 585	1 153	0
Hommes	1 465	3 517	5 855	1 291	0
Total	3 184	7 643	14 440	2 444	0

Salariés permanents

	Moy. année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
Femmes	1 954	1 940	1 950	1 934	1 954
Hommes	3 213	3 216	3 189	3 234	3 213
Total	5 167	5 156	5 139	5 168	5 167

Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon

Si l'on considère l'ensemble de l'année 2001, l'emploi dans l'hôtellerie de plein air se répartit de manière relativement équilibrée selon le sexe, avec 55,3% d'hommes et 44,7% de femmes. La légère prédominance masculine dans ce secteur est une fois de plus liée à la saisonnalité, car si l'équilibre est atteint entre les deux sexes en haute saison (50,8% de femmes et 49,2% d'hommes) la période creuse est surtout masculine, avec notamment 60,2% d'employés hommes hors saison.

En contrepartie, les saisonniers de 5 mois présents en juillet et août sont majoritairement des femmes selon la même proportion (59,5%). Les saisonniers de plus longue durée (8 mois) travaillant également en période estivale présentent une quasi égalité du nombre d'embauches hommes/femmes, malgré une très légère tendance féminine en haute saison.

En basse saison ainsi que chez les salariés permanents, les hommes restent plus représentés que les femmes dans l'hôtellerie de plein air. Cet état de fait est épisodique certes, mais correspond à la période annuelle la plus génératrice d'embauche... et au statut le plus sécurisé et rémunérateur.

Afin de mieux cerner les origines de ce double mouvement (emploi féminin en haute saison et chez des salariés de courte durée et emploi masculin de basse saison et permanent), nous pouvons le mettre en parallèle avec le type de poste occupé ainsi que le temps de travail.

L'analyse des CSP [Cf. Annexes IV - Emploi] permet d'observer une embauche importante d'employés peu qualifiés et féminins, quelle que soit la saison mais particulièrement évidente en haute saison d'été. Les employés représentent par exemple la moitié des salariés hors saison (3 589 personnes) soit quatre fois moins qu'en juillet et août (15 346 employés).

Les permanents, quant à eux, sont pour près de la totalité des salariés patrons ou cadres, notamment en basse et hors saison (respectivement 80,5% et 90,8%).

L'emploi féminin serait donc en grande partie réservé à l'accueil du public, les hommes étant eux davantage tournés vers l'entretien des terrains et la gestion des campings tout au long de l'année.

TABLEAU 14 : LA DURÉE DE TRAVAIL SELON LE SEXE ET LA SAISONNALITÉ EN 2001 [ANNEXES 5]

(EN NOMBRE DE SALARIÉS)

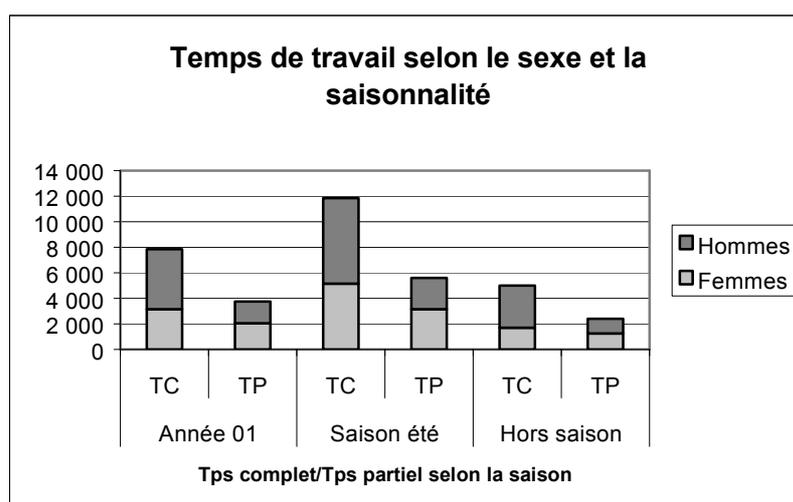
	Année 01		Saison été		Hors saison	
	Tps compl.	Tps partiel	Tps compl.	Tps partiel	Tps compl.	Temps partiel
Femmes	3 138	2 045	5 170	3 149	1 687	1 256
Hommes	4 710	1 692	6 693	2 429	3 294	1 166
Total	7 848	3 737	11 863	5 578	4 981	2 422

Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon

Les hommes occupent plus de postes à temps complet que les femmes en 2001 (60% des contrats à temps complet). Les salariés permanents surtout sont près de 70% des hommes à temps complet, alors que les salariés à temps partiel se divisent entre hommes et femmes (49,4% et 50,6 %) de façon plus homogène.

Les femmes, par ailleurs, acceptent un peu plus que les hommes les travaux à temps partiel (54,7% contre 45,3% des contrats à temps partiel) sur l'ensemble de l'année, mais la proportion s'accroît parmi les saisonniers, qu'il s'agisse de contrats de 5 ou de 8 mois : dans les deux cas, près de trois salariés sur cinq sont des femmes (57,6% et 59,4%). Remarquons toutefois que les contrats de très courte durée (5 mois) sont à majorité féminine et que celles-ci représentent un peu plus de la moitié des postes à temps complet sur cette période également.

Comme dans les autres secteurs d'activité, l'emploi à temps partiel dans l'hôtellerie de plein air est donc davantage féminin que masculin alors que les hommes bénéficient davantage de l'emploi le plus « stable », permanent et à temps complet.



3° Emploi en fonction de la CSP

[cf. Annexes IV - Emploi]

Nous distinguons quatre CSP dans l'hôtellerie de plein air, certaines étant regroupées afin de rendre la lecture plus aisée:

- 1) Patrons, cadres supérieurs
- 2) Professions intermédiaires
- 3) Employés
- 4) Ouvriers, apprentis stagiaires

L'ensemble des salariés se répartit comme suit :

Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon

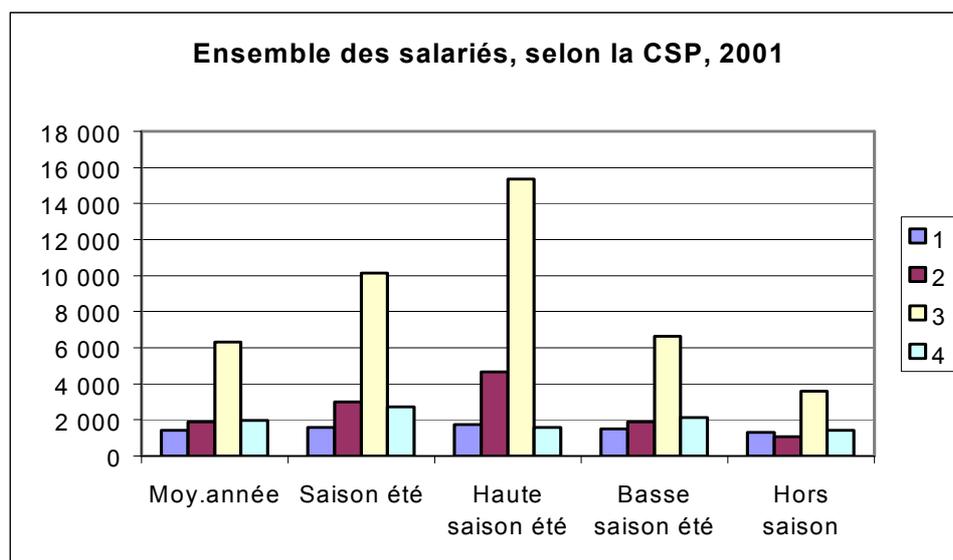


TABLEAU 15 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR SELON LA CSP EN 2001
[ANNEXES 5]

	Moy. année		Saison été		Haute saison été		Basse saison été		Hors saison		Total
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	
1	1 435	12%	1 595	9%	1 753	8%	1 490	12%	1 322	18%	7 595
2	1 880	16%	2 993	17%	4 661	20%	1 881	15%	1 084	15%	12 499
3	6 313	54%	10 127	58%	15 346	66%	6 648	55%	3 589	48%	42 023
4	1 957	17%	2 724	16%	1 588	7%	2 148	18%	1 409	19%	9 826
Total salariés	11 585	100%	17 439	100%	23 348	100%	12 167	100%	7 404	100%	

Source : DADS – INSEE Languedoc-Roussillon

Il apparaît clairement que les employés (catégorie 3) représentent la majorité des postes disponibles dans l'hôtellerie de plein air, avec un minimum de 48% de l'emploi hors saison, et un maximum de 66% en juillet et août. A l'extrême opposé, les cadres oscillent entre 8% des emplois en haute saison et 18% hors saison (catégorie 1). Il s'agit de la CSP la moins représentée, aux côtés des ouvriers/apprentis/stagiaires, qui suivent la même courbe de saisonnalité : peu d'activité en haute saison, compensée entre octobre et mai (catégorie 4). Les professions intermédiaires présentent une belle stabilité, les pics d'activité concernant les deux mois d'été, avec 20% des salariés occupés sur cette période (catégorie 2).

Comme nous l'avons déjà vu, la première catégorie de CSP (patrons, cadres) est minoritaire car elle correspond presque exclusivement aux emplois permanents (83,6% en moyenne). Il s'agit sans doute des gestionnaires des terrains et de leurs associés proches, qui constituent 23% de l'emploi total dans l'hôtellerie de plein air.

Quelques saisonniers estivaux apportent leur contribution à ce niveau de compétence, mais guère plus de 14,5% (saison d'été) alors que les salariés « autres » représentent 9,4% des cadres sur l'année et 24% en été.

Les professions intermédiaires connaissent une forte variation selon la saison, avec une moyenne de près de 2 000 salariés sur l'année 2001 mais près de 3 000 en été, voire 4 600 en juillet et août soit 20% des salariés à cette période. Les permanents représentent la part majeure de cette catégorie de salariés hors saison, mais sont largement soutenus par les saisonniers d'été (5 mois) en haute saison (68%), qui occupent la moitié de ces postes en saison estivale.

Les ouvriers sont aussi en grande partie permanents (50% des salariés sur l'année 2001), notamment lorsque les campings sont fermés au public : comme le personnel précédemment cité, ils représentent alors près des trois quarts de l'emploi. Les apprentis et stagiaires sont également inclus dans cette quatrième CSP. Ceux-ci sont pourtant très peu nombreux dans l'hôtellerie de plein air. Il est peu probable qu'ils influencent la progression à la hausse observée l'été. Cela s'expliquerait davantage par le surplus de travaux causés par la fréquentation du public. Ainsi, la moitié des salariés de la catégorie 4 sont des saisonniers de courte durée en haute saison, soit 1 800 personnes. Par rapport aux 15 000 saisonniers travaillant à cette période, cela reste tout de même un chiffre réduit (12%).

La part principale de l'emploi disponible dans l'hôtellerie de plein air concerne donc les employés, qui sont au nombre de 6 300 personnes en 2001, mais 10 000 en été et plus de 15 000 en juillet et août. Toutefois, même en basse saison, ce type de poste reste supérieur aux autres. Les salariés permanents sont très nombreux dans les fonctions de gestion, d'administration, de mise en œuvre des projets, de préparation de la saison suivante sur le terrain. Mais les saisonniers sont aussi très nombreux en juillet et août pour relayer ces tâches lors de l'accueil du public et de l'animation du camping. Alors que le nombre de permanents reste stable (environ 2 100 personnes), ils sont 13 200 à travailler temporairement (dont 10 100 en contrats de 5 mois).

4° Impact des évolutions de l'hôtellerie de plein air sur l'emploi

TABLEAU 1 : EVOLUTION DU PARC ET DU NOMBRE DE SALAIRES DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, 1998-2002
[ANNEXES IV.4]

		1992	1996	1998	2000	2001	2002
PARC (1)	Nombre emplacements	883 517	917 989	923 063	942 260	934 373	933 925
	Mobil-homes (MH)	18 062	29 906	68 626	84 373	102 409	ND
	HLL (chalets et bungalows, hors MH)	2 035	4 670	14 004	22 000	22 139	22 279
EMPLOI (2)	Effectif occupé annuel	ND	ND	9 335	12 428	13 407	ND
	<i>Dont Effectif salarié</i>	ND	4 565	6 388	8 932	10 173	ND
Nombre d'entreprises (actives au 31/12) (2)		ND	4 206	4 579	4 129	4 373	4 708

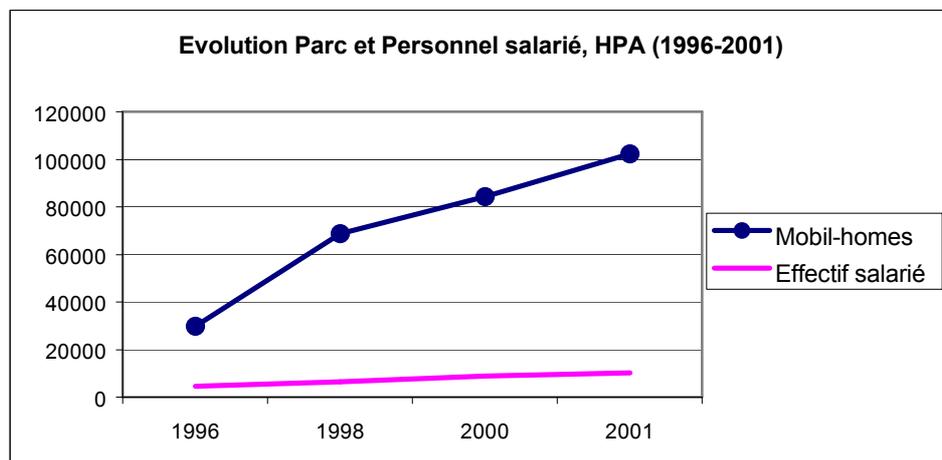
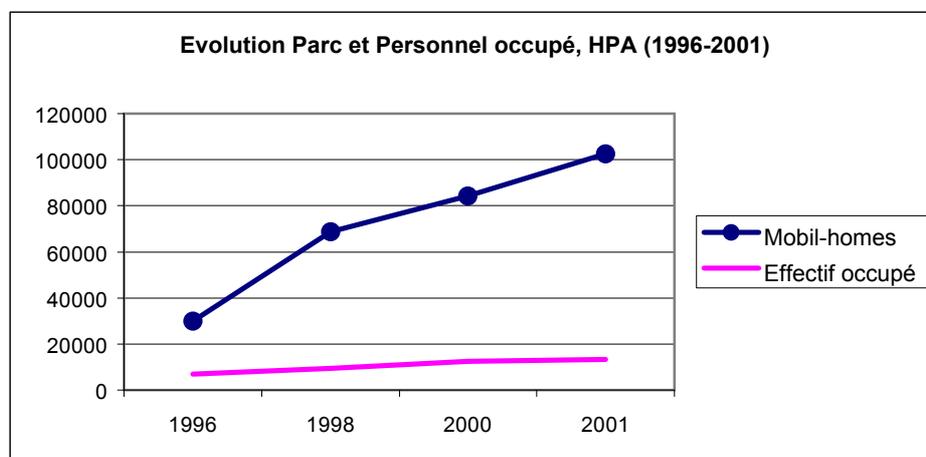
(1) : Source : Données FFCC, Extrapolations

(2) : Source : DADS - INSEE, Entreprises de 1 salarié et plus (Code APE : 552C)

Pas de données antérieures à 1996 disponible

Les données 2001 sont les dernières disponibles (extraites de l'INSEE Résultat n°11 -Entreprises de service- daté de septembre 2003, paru en novembre)

Attention : L'EAE services ne prend en compte que les terrains à gestion privée



Comme nous le montrent très clairement ces données, la part croissante de l'offre en locatif dans l'hôtellerie de plein air a des conséquences positives en termes d'emploi. Quel que soit leur statut - salarié ou non -, nous remarquons une augmentation du nombre de contrats entre 1996 et 2001, parallèle à l'évolution du parc, bien que moins marquée. Notons que les sources utilisées (seules disponibles à ce jour) ne font apparaître que l'emploi enregistré dans les sociétés privées, ce qui explique sans doute partiellement la faible amplitude de la seconde courbe.

Nous ne disposons pas ici de données qualitatives. Toutefois, nous pouvons considérer que l'équipement d'un terrain en hébergement locatif nécessite davantage d'entretien que les emplacements nus destinés à l'installation de tentes ou à l'accueil de véhicules. Les hôtels de plein air proposent à leur clientèle un environnement de plus en plus aménagé donc entretenu, nécessitant une main-d'œuvre en conséquence.

V. UN SECTEUR EN PROFONDE MUTATION

V.1. Des investissements en progression constante ...

V.1.1. Méthodologie de calcul des investissements dans l'HPA...

Point méthodologique :

Les investissements dans l'hôtellerie de plein air sont calculés à partir de l'évolution du nombre d'emplacements nus et équipés (Mobil-homes, HLL - chalets et bungalows-), ainsi que l'offre de loisirs (piscines, tennis) et de services (restauration).

Les données de base sur le parc sont mises en relation avec le coût de ces produits à neuf ainsi qu'avec l'investissement nécessaire à leur maintenance.

Sources : INSEE, FNHPA, FFCC, ainsi que

- Emplacements nus : Travaux de CD Consultants sur les investissements touristiques
- Mobil-homes : FNHPA
- HLL (Habitations légères de loisirs), piscines tennis, restaurants : FFCC

TABLEAU 1 : EVOLUTION DES INVESTISSEMENTS DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, 1992-2002 (CRÉATION ET MAINTENANCE)

M€	Coût moyen (en Euros)	Entretien	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Emplacements (1)	1 372	4%	60	48	53	63	88	50	64	61	67	52	51
Mobil-homes (2)	12 000	0%	7	15	30	41	57	78	101	130	156	189	216
HLL (3)	15 000	0%	13	7	1	2	30	51	89	75	45	2	2
Piscines	100 000	4%	15	16	16	17	18	18	19	20	21	22	23
Tennis	35 000	4%	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
Restauration	20 000	4%	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
TOTAL INVESTISSEMENTS (M€)			103	93	108	130	200	206	280	292	297	272	300
Indice de prix FBCF base 100 en 1995			99	100	100	100	101	101	101	101	104	105	107
Indice de prix FBCF base 100 en 2002			93	93	94	94	95	95	95	95	97	99	100
Investissements Hôtellerie de plein air en M€ courants			96	87	101	122	189	196	266	278	289	268	300

(1) 3000 F/lit soit 9000F/emplact ou 1372€/emplacement

(2) Entre 12 196€ (80 000F) et 15245€ (100 000F), soit un moyenne de 19 819 €

(3) Le chiffre de 2 M€ pour les investissements HLL en 2001 et 2002 est faible par rapport aux années précédentes. Cela tient au parc qui n'augmente pas dans cette période pour cette catégorie d'équipements alors qu'il avait très fortement augmenté auparavant. Il n'a pas été pris en compte de gros entretien pour ce type d'investissement, cela rend inévitablement l'investissement fortement fluctuant puisque le niveau atteint par le parc n'entraîne pas un minimum d'investissement, contrairement à ce qui se passe pour les piscines ou les restaurants par exemple. A noter que les mobil homes ont été mis à part et que les investissements les concernant sont importants (216 M€ en 2002)

En 2002, les investissements dans l'hôtellerie de plein air atteignaient environ 300 millions d'Euros, en prenant en compte les équipements des terrains en offre d'hébergement et de

loisirs. Par lit touristique, l'investissement dans le secteur serait donc de 110 millions d'Euros, soit 3€ par nuit et par personne²⁶. Les 300 M€ d'investissements globaux excèdent largement les données INSEE de l'Enquête Annuelle d'Entreprises 2000, établi à 150 millions d'Euros.

Cependant, les limites déjà évoquées de ces données peuvent expliquer en partie cette différence. En effet, l'EAE ne prend pas en compte les exploitations de camping à gestion municipale ni les associations, qui représentent respectivement environ 25% et 7% du nombre total des terrains de camping.

Il est également important de noter que l'enquête INSEE est sectorielle²⁷ et ne comprend pas par ailleurs l'acquisition des mobil-homes en crédit-bail, fort répandue.

Par ailleurs, il est important de noter que les 300 millions d'Euros d'investissements indiqués ici pourraient être encore sous-estimés. En effet, les professionnels indiquent, aux côtés des coûts liés aux emplacements, mobil-homes, HLL, piscines, terrains de tennis et des points de restauration, des investissements divers d'un montant annuel moyen d'environ 125 000 Euros, soumis à un taux de maintenance de 4%.

Parallèlement, le coût de certains équipements pourraient être réévalués, notamment les HLL (20 000€), les piscines (150 000€) et les points de restauration (40 000€).

Le montant global des investissements dans l'hôtellerie de plein air pourrait donc atteindre 443,3 millions d'Euros courants en 2003, et 497,1 millions d'Euros en 2005.

TABLEAU 2 : EVOLUTION DES CAPACITES DES TERRAINS, 1992-2002

Nombre	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Emplacements	9 046	-8 209	3 396	10 862	28 423	-5 359	10 433	7 211	11 986	-7 887	-448
Mobil-homes	610	1 230	2 480	3 420	4 714	6 500	8 379	10 800	13 041	15 747	18 036
HLL (chalets, bungalows)	860	460	98	104	1 973	3 417	5 917	4 996	3 000	139	140
Piscines	76	79	82	85	89	92	99	104	108	113	117
Tennis	57	59	61	62	65	67	11	12	12	11	12
Restauration	-27	-28	-28	-27	-28	-27	23	23	23	23	23

Les mobil-homes portent cette croissance exponentielle des investissements, avec 610 unités acquises en 1992, 4 717 quatre ans après, plus de 13 000 en 2000 et 18 000 en 2002. Ce qui répond à des taux moyens de progression de plus de 20% depuis 1999 et de près de 38% entre 1994 et 1999.

Bien que le rythme d'équipement soit moins soutenu qu'il y a quelques années, il continue à croître, contrairement à ce qui se passe pour les HLL (habitations légères de loisirs), stables

²⁶ Note : Les nuitées prises en compte pour le calcul de l'investissement correspondent aux nuits passées sur un terrain par personne (et non par emplacement)

²⁷ cf. Note méthodologique sur l'EAE

depuis deux trois ans. C'est en 1998 que les acquisitions en chalets et bungalows étaient le plus importantes avec 5 917 HLL (soit + 73% d'évolution entre 1995 et 1999).

Dans le domaine des loisirs, la situation est plus contrastée : les investissements en piscines augmentent très progressivement depuis une dizaine d'années, de 4% environ, et vont de pair avec la montée en gamme des terrains.

Le nombre de tennis augmente de 429 entre 1992 et 2002, avec un équipement très ralenti depuis cinq ans mais stationnaire. Enfin, les points de restauration présentent la plus grande stabilité, autour de 3 770.

Concernant les investissements liés aux équipements, nous retrouvons l'augmentation de la capacité d'accueil malgré la diminution du nombre de terrain de même que l'évolution qualitative évoquée précédemment : les terrains 3 et 4 étoiles occupaient 26% de l'offre en 1992, contre 34% (+8 points) en 2002, alors que les 1 et 2 étoiles perdent 5 points sur la même période, arrivant à 63%.

Globalement, le nombre d'emplacements de passage régresse sur la dernière décennie, cette tendance exprimant une transformation de l'offre de l'hôtellerie de plein air, de plus en plus tournée vers les hébergements locatifs.

V.1.2. De nouveaux produits pour une demande différente

Selon une étude du cabinet MLV Conseil²⁸ le parc des mobil-homes serait en 2000 de plus de 50 000 (68 600 selon nos calculs²⁹), soit 60% de l'offre d'hébergement de plein air en location. Le nombre d'HLL, plus réduit, atteindrait toutefois 20 000 unités selon les mêmes sources (22 000 environ pour nous). Celles-ci constituent actuellement 15% du marché de l'hôtellerie de plein air, et représentent un compromis entre le camping « traditionnel » et l'hébergement en locations hôtelières classiques.

Le coût moyen d'acquisition de ces équipements est de 15 000 euros pour les Mobil-homes et de 12 000 euros pour les HLL, avec un coût de location variant entre 380 et 800 euros par semaine. La capacité d'hébergement varie entre 4 et 6 personnes, en fonction du confort recherché.

Le succès de ces nouveaux produits, de plus en plus sophistiqués, contribue au dynamisme du secteur. Il est ainsi possible d'identifier un nombre croissant de constructeurs d'hébergements locatifs, dont certains à la pointe de la technologie : AMR, filiale d'Alstom, crée ainsi un « Nautil Home », sur la base de matériaux utilisés dans la construction navale. L'utilisation maximale de l'espace et de la lumière, mais aussi l'isolation acoustique sont quelques-unes de ces caractéristiques. Citons par ailleurs les produits d'IRM (Ideale Residence Mobile), O'Hara, Sun Living (groupe Sun Roller), BK Bluebird (...) et les

²⁸ *Les marchés des habitations légères de loisirs, des résidences mobiles... et l'impact de la réglementation*, Collection Dossiers et documents, AFIT, mai 2001

²⁹ cf. partie précédente

fournisseurs français de HLL GI production, ou encore l'entreprise Ballario (...), tous concentrés sur les enjeux de l'innovation.

Les clientèles de ce type d'hébergement sont avant tout des familles avec enfants ou des clientèles plus âgées recherchant un certain confort, adeptes du camping, mais aussi en recherche de vacances sur mesure axées sur la détente et les loisirs. Selon Monsieur Guylhem Féraud, président de la FNHPA, « nous avons vu arriver une nouvelle clientèle sur nos terrains (...) Des gens qui pensaient ne pas avoir l'esprit camping et ont découvert, grâce au mobil-home et à son confort, qu'ils appréciaient finalement ce type de vacances. »³⁰

C'est ainsi que l'hôtellerie de plein air commence à accueillir des catégories de population non traditionnelles, aux revenus relativement élevés, habitués aux formules « clubs » et découvrant dans les campings des offres de vacances intéressantes pour des familles, dès lors qu'il s'agit de terrains haut de gamme.

Par ailleurs, ce type d'hébergement léger mais fonctionnel s'accorde avec les courts séjours en week-end notamment, sur l'ensemble de l'année. Les clientèles urbaines profitent en nombre de cette possibilité d'évasion. L'avantage est double par ailleurs, avec d'une part une rentabilisation de ces équipements en hors saison, et d'autre part la possibilité d'étendre ce type d'offre sur l'ensemble du territoire. Les zones du littoral Nord accueillent ainsi un nombre croissant de Franciliens, plus demandeurs de découverte et de repos que d'animations.

Le parc des caravanes compte 1,1 million d'unités en 2003, soit un taux d'équipement de 5,4% des ménages. Ce marché est stable depuis une dizaine d'années. Il en va différemment des camping-cars dont le marché progresse de 112% depuis 5 ans malgré un coût d'acquisition élevé. En 2002, le parc augmente de 9,2% (15 500 véhicules vendus) pour atteindre 150 000 véhicules en 2003, soit près du tiers du marché européen (500 000 camping-cars) dont les leaders restent les Allemands. La France vient en seconde position, devant l'Italie. La location de camping car en France augmente par ailleurs de 10,1% en 2002 avec 25 000 transactions. Le ralentissement des ventes sur le marché allemand laisse augurer un produit en phase de stabilisation dans les années à venir.

Les camping-caristes sont essentiellement des actifs (56%), des couples (91,5%), et rassemblent l'ensemble des catégories socioprofessionnelles. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 51-60 ans (36%), qui connaît par ailleurs la plus forte augmentation. Ils sont suivis des 40 à 51 ans (28,5%). Les départs s'effectuent surtout lors de courts séjours (week-ends) et pour les vacances, à destination de la France et plus rarement de l'étranger (moins de 4/10^{ème}), essentiellement chez nos proches voisins méditerranéens.

Les terrains de campings sont les mieux équipés pour répondre aux besoins spécifiques de cette clientèle pour l'entretien de leur véhicule (vidange des eaux usées, remplissage des

³⁰ « Mobil-homes : le grand boom », France Soir, 15 août 2003

réserves d'eau, ...)»³¹. Les nuisances engendrées par le stationnement sauvage de certains véhicules sont en effet telles que des communes leur en interdisent l'accès. Des solutions de « bon voisinage » existent, telles que l'instauration d'une charte d'accueil des camping-caristes mise en place avec l'Association Oléronnaise de l'Hôtellerie de plein air ; celle-ci préconise, entre autres, la création d'emplacements spécifiques. En Gironde, des emplacements particuliers sont aménagés à l'entrée des campings, et loués à la nuit selon les tarifs pratiqués par l'établissement.

La « culture camping-cariste » se plie cependant mal au regroupement en camping, même pour une durée limitée. Les services proposés par les municipalités, lorsqu'ils existent, ont bien sûr la préférence, d'autant que les tarifs sont très souvent réduits. Une opportunité pour les collectivités locales de créer une dynamique commerciale et un défi supplémentaire pour les terrains de camping s'ils veulent capter cette clientèle potentielle.

La difficulté étant de répondre aux attentes d'une clientèle touristique supportant de moins en moins la contrainte. Le sociologue Jean Viard explique que le choix d'un véhicule de loisirs reflète l'évolution des attentes vis-à-vis des vacances.³² Alors que dans les années 1970, la caravane émergeait comme vecteur de liberté, le camping car est aujourd'hui synonyme de souplesse, conformément à la société de consommation de loisirs à laquelle nous appartenons.

Et, en effet, l'ensemble des professionnels remarque l'extrême volatilité des clientèles actuelles, en quête de qualité. Comme l'observe Guylhem Féraud : « *Aujourd'hui, un camping qui n'investit pas est condamné à perdre des parts de marché* »³³, ces investissements concernant l'offre d'hébergement, mais aussi l'animation, les services offerts, l'accueil, l'accessibilité, ... Car l'hôtellerie de plein air n'est plus aujourd'hui considérée comme un mode d'hébergement, mais comme une offre de loisirs.

V.1.3. Structuration de la profession

La mutation du secteur des campings est plus spécifiquement liée à l'écoute de ces nouvelles clientèles de locatif. Selon Max Leguevaques³⁴ : « *La clientèle du locatif en camping ne loue pas un hébergement, elle achète des vacances dans le cadre d'un prix forfaitaire incluant l'hébergement, un espace de nature privatif, des équipements de loisirs et de services ainsi que des prestations d'animation* ».

³¹ Modification de l'arrêté de 1993, ouvrant pour les terrains la possibilité d'accueillir des camping-cars sur leurs aires de stationnement, dans la limite de 10% du nombre total d'emplacements de leur établissement

³² « Melvi : quel avenir pour les véhicules de loisirs », VDL Magazine, Juillet 2003

³³ « La qualité avant tout », VDL Magazine, juillet 2003

³⁴ In : « Hébergement locatif », Cahier Espaces, juin 2001, p.69

Les initiatives se multiplient dans l'hôtellerie de plein air pour s'adapter aux évolutions de la demande vers le haut de gamme, et bénéficiant d'une assise capitalistique qui permet les développements nécessaires.

Ainsi, des chaînes oeuvrent sur le marché de l'hôtellerie de plein air, telles que *Yellow ! Village*, au positionnement haut de gamme, sur le modèle des clubs de vacances. Créée en 2000, cette société anonyme regroupe 32 campings 3 ou 4 étoiles en France, 1 en Espagne et affiche une ambition européenne.

Les conditions d'adhésion concernent la catégorie du terrain, mais aussi sa situation géographique (proximité d'espace aquatique naturel), la qualité de ses aménagements (verdure, harmonie paysagère des bâtiments, entretien), des services proposés (animation, restauration, ...) et de l'accueil (services assurés, disponibilité et personnalisation). Enfin, un effort est fourni en termes de tarifs et d'accessibilité avec la mise en place d'un centre d'appel multilingue.

En matière d'hébergement, l'ensemble des produits coexiste, afin d'élargir au maximum le panel de clientèles potentielles. Les hébergements locatifs côtoient les emplacements réservés à l'installation de tentes, camping-cars et caravanes, l'un des objectifs étant d'accroître le hors saison.

Les avantages pour les membres de *Yellow ! Villages* sont multiples. L'accès à de nouveaux marchés est facilité par des campagnes de communication efficaces d'un groupe d'envergure européenne. 90% du budget sont ainsi consacrés à la promotion/communication ; un des supports étant le portail Internet qui accueille 25 000 visiteurs par mois en 2003.

Le soutien de Bouygues Telecom mais aussi du tour-opérateur Vrij Uit (Thomas Cook, Pays-Bas) ainsi qu'un partenariat avec le néerlandais Camping Contact font espérer une pénétration renforcée auprès des clientèles européennes dans les années à venir.

Parallèlement aux possibilités qu'offre la chaîne à ses adhérents en termes commerciaux, *Yellow ! Village* propose un service de conseils et le crédit d'une réflexion stratégique collective.

Le réseau français *Sûnelia* adopte le même concept d'offre de vacances plutôt que d'hébergement de plein air traditionnel : son Président parle de « *l'esprit de liberté avec des formules de séjours plus souples* »³⁵. Les ventes de *Sûnelia* hors haute saison sont de 45%, essentiellement à destination d'une clientèle étrangère haut de gamme. Les 18 entreprises membres sont pourtant toutes françaises, placées sur le segment du tourisme durable, avec des établissements intégrés dans leur environnement. Le chiffre d'affaires 2002 (exercice arrêté au 30 mars 2003) atteignait 5 millions d'euros. D'excellents résultats largement dus, comme sa concurrente *Yellow ! Village*, à la portée européenne des campagnes de communication, au succès de sa centrale de réservation (+20 à +40% de vente par an), et à l'accès à des réseaux de distribution « vitrine » : AFAT Voyages et Fram Voyages.

Citons encore parmi les groupes émergents sur le marché de l'hôtellerie de plein air : *André Trigano*, dont le chiffre d'affaires lié à l'hôtellerie de plein air et au tourisme (20,8 M€) est en hausse de 28,4% en 2002 et de 14% lors du 3^{ème} trimestre 2003. Les efforts en termes de

³⁵ In : « L'Hôtellerie de plein air fait une percée dans les brochures », *Tourisme et Business*, 30 juin 2003

communication sont aussi centraux que pour les groupes évoqués plus haut, avec par exemple une campagne publicitaire dans le métro parisien axé sur la location de bungalows Campéole à destination des familles. Cependant, avec l'acquisition de résidences de vacances situées en zone montagneuse³⁶ le groupe *André Trigano* se démarque, notamment par sa volonté de se libérer de la forte saisonnalité inhérente à l'hôtellerie de plein air. Autre particularité, l'objectif est de proposer « *des séjours abordables pour tous (...)* seule condition pour que les vacances aient un grand avenir » d'après Patrick Bechet, ancien président du directoire du groupe³⁷.

La réintroduction des bungalows toilés, produit traditionnel proposé par le groupe, lui permet par ailleurs de se repositionner sur un marché financièrement plus accessible.

L'un des objectifs pour 2004 est ainsi de remettre à l'honneur le réseau *Relais Etapes*, exclusivement réservé aux 2 étoiles, en parallèle aux *Etapes* regroupant les 3 et 4 étoiles. Cette démarche devrait permettre de multiplier le nombre d'adhérents du groupe. Par ailleurs, les efforts en faveur du public se manifestent par des campagnes de promotion télévisuelles, par voie d'affichage et par le biais de catalogues, de même que par la création d'une nouvelle centrale de réservations.

Le but est non seulement de bénéficier de l'effet d'échelle produit par le maillage d'un nombre important d'entreprises, mais également d'atteindre par ce biais un niveau de qualité à la hauteur de ses ambitions.

V.2. ... Liés à un effort soutenu en termes de qualité

V.2.1. Faire face à la concurrence européenne

Les clientèles étrangères sont à 98% européennes. Traditionnellement, et c'est à nouveau le cas en 2003, les Néerlandais sont les plus nombreux (41,6%), suivis des Allemands (17,3%), des Britanniques et Irlandais (19%), des Belges et Luxembourgeois (8,6%), des Italiens (3,5%) puis des Suisses (3%). Seuls les Allemands viennent en nombre moins important qu'il y a une dizaine d'années (1994), peu sensibles aux atouts de l'hôtellerie de plein air française : dimensions raisonnables et convivialité de ses terrains, leur préférant les terrains plus vastes d'Italie ou d'Espagne.

Les Néerlandais se disent par contre particulièrement sensibles à la taille modeste des campings de France, ce qui peut en partie expliquer leur progression depuis 1994. En ce qui concerne le Royaume-Uni, l'Irlande, la Belgique et le Luxembourg, les arrivées sont stables depuis dix ans. Bien que certaines motivations diffèrent, les étrangers dans leur ensemble déclarent venir en France en premier lieu pour le pays, le soleil, une culture et un style de vie spécifiques.

³⁶ Rachat de Arépos-Vacances, mai 2002

³⁷ OT n°225, mai 2003

1° L'ensemble des espaces touristiques hébergeurs

Le littoral atlantique ou méditerranéen est en tête des espaces de prédilection. La région PACA, l'Aquitaine et le Languedoc-Roussillon représentent ainsi la moitié des nuitées étrangères dans l'hôtellerie de plein air française. Pourtant, la France présente la singularité d'une offre et d'une fréquentation réparties sur l'ensemble de son territoire, grâce notamment à la subsistance de campings municipaux. La campagne connaît par exemple une hausse de fréquentation des clientèles habituelles venant d'Europe du nord ou anglo-saxonne en 2002. Celles du Royaume-Uni et d'Irlande abandonnent partiellement la Bretagne pour descendre en Aquitaine et entrer davantage dans les terres. L'espace rural est également très prisé par les Belges et les Luxembourgeois, présents aussi sur le littoral PACA et en Aquitaine, bien qu'en moindre mesure. Les latins - Espagnols et Italiens notamment - semblent apprécier davantage la montagne et la ville, alors que Néerlandais, Britanniques et Irlandais sont en retrait léger sur ces espaces. L'Île de France, la Basse-Normandie, et la Franche-Comté sont par ailleurs trois régions en progression, avec un pic de fréquentation italienne en région parisienne. Les Italiens sont les premiers clients de la Corse, après les Français.

2° Une demande forte pour le haut de gamme... mais des clientèles latines en forte croissance sur le 1 étoile

La progression actuelle des Italiens et des Espagnols, qui n'occupent encore respectivement que 3,9% et 2,9% de l'ensemble de la demande étrangère, est intéressante à noter. D'autant qu'elle concerne une catégorie d'établissements peu fréquentée par leurs voisins européens : les campings 1 et 2 étoiles comptent une hausse de fréquentation de respectivement 6,6% et 8%, soit les plus forts taux de progression de 2002, grâce à une hausse des nuitées espagnoles (+ 47,2%) et italiennes (+ 16%) par rapport à l'année précédente. Cependant, les nuitées étrangères en 1 étoile ne dépassent pas 4,6%, et 21,6% en 2 étoiles.

Le haut de gamme reste donc majoritaire, les 3 et 4 étoiles rassemblant 35% et 38,8% des nuitées étrangères. Les Britanniques sont les plus nombreux en 4 étoiles (61,1%) puis en 3 étoiles (24,1%), suivis des Néerlandais (75,1% des nuitées), des Suisses (73,2%), des Belges et Luxembourgeois (70,7%), des Allemands (66,7%) puis des Italiens (55,9%). L'orientation actuelle privilégie les 3 étoiles en premier lieu, c'est le cas pour les Pays-Bas, le Royaume-Uni, la Belgique, le Luxembourg et l'Italie. Les deux étoiles sont toutefois en croissance auprès des Allemands, mais aussi de clientèles britanniques, irlandaises, belges ou luxembourgeoises.

3° Une spécificité française à renforcer dans le qualitatif...

La recherche de qualité ne peut donc qu'être encouragée au vu de ces éléments. Car si le parc français bénéficie d'une opinion globalement favorable à l'étranger, le fort développement des offres espagnole, italienne et croate pousse les professionnels à se démarquer. D'autant que si la croissance de ces parcs est essentiellement quantitative, les gestionnaires n'en négligent pas pour autant la qualité. Face à ses concurrents du Sud, la France possède quelques atouts : des produits diversifiés (emplacements nus, locatif, résidentiel), une offre géographiquement bien répartie (et non uniquement littorale), des terrains à dimension humaine. Par ailleurs, l'étalonnage du guide allemand ADAC place la France au second rang derrière les Pays-Bas et devant l'Italie puis l'Espagne ; les critères retenus étaient la qualité sanitaire, les emplacements, la restauration/alimentation, et les loisirs/animation.

... Notamment dans le secteur de la restauration

Globalement, la France se maintient dans le peloton de tête, en seconde ou troisième position selon les critères. Toutefois, le plus mauvais score enregistré concerne ... la restauration et l'alimentation où notre destination recule au sixième rang, derrière l'Espagne, la Grèce, la Croatie, les Pays-Bas et l'Italie. Les clients étrangers déploreraient ainsi que la gastronomie française ne concerne pas l'alimentation quotidienne.

V.2.2. La démarche Qualité

La rentabilité des entreprises de l'hôtellerie de plein air passe par un effort soutenu en termes d'investissements, étroitement liés et conditionnés par un niveau satisfaisant de qualité. L'engouement premier pour le camping dans les années 1970 débouchait sur une carence d'offre : « *Il suffisait d'avoir un pré, d'y planter un cabanon avec une arrivée d'eau et de poser une pancarte « camping »* » explique Maurice Vergne, qui exploitait alors un terrain.³⁸ Durant la décennie suivante, les gestionnaires de camping commencent à s'équiper, une tendance qui se poursuit de manière exponentielle depuis, afin de répondre à une exigence croissante. Entre temps, les fermetures de terrains se sont multipliées, essentiellement pour les 1 et 2 étoiles, et les établissements municipaux.

Les enjeux des exploitants sont aujourd'hui de fidéliser leurs clients, donc d'arriver à provoquer un niveau de satisfaction tel qu'ils voudront renouveler l'expérience. La qualité d'hébergement, de service, d'animation, l'entretien importe, mais surtout son maintien dans la durée. La réflexion est commune avec les autres activités touristiques. Dans le secteur de l'hôtellerie, neuf chaînes volontaires ont mis en place une grille de contrôle de qualité,³⁹ quatre en ont le projet pour 2004 (Contact Hotel, Arcantis et Fasthotel).

³⁸ « La qualité avant tout », VDL Magazine, juillet 2003

Dans le domaine de l'hôtellerie de plein air, la démarche « Camping Qualité » devrait compter 783 adhérents, pour une capacité de 137 756 emplacements en 2004, soit une hausse de 10% par rapport à 2003.

³⁹ Logis de France, Relais Châteaux, Best Western, Relais du silence, Inter hotel, Romantik Hotels, Citôtel, Brit'Hôtel, Hôtel et Résidence du Roy

CONCLUSION

Les évolutions que connaît l'hôtellerie de plein air pose pour les années à venir la question de sa spécificité : quelle identité défendre pour faire face à la concurrence étrangère croissante ?

La transformation de ce type d'hébergement ne peut être isolée de son contexte. Le développement des courts séjours, la brièveté des processus de décision, la volatilité des clientèles, l'achat de dernière minute, l'exigence en matière de confort et de service, (...) ne peuvent être considérées en-dehors de la société dans laquelle ils s'expriment : 35 heures, Internet, structure démographiques, ...

Par ailleurs, l'évolution rapide de la demande et la nécessité d'y répondre tant de manière quantitative que qualitative est une problématique connue de la totalité des activités touristiques.

En effet, les enjeux dépassent largement les frontières de la profession. Ainsi, les démarches Qualité s'inscrivent-elles dans un mouvement plus global de valorisation de l'offre française, et de repositionnement face à la concurrence étrangère, notamment européenne.

De nombreux chantiers sont ainsi engagés au plan national, conformément aux dispositions volontaristes des pouvoirs publics annoncées lors des Comités Interministériels du Tourisme en septembre 2003 et en juillet 2004.

La prise de conscience concerne pourtant l'ensemble des acteurs ; au niveau de la profession de l'hôtellerie de plein air, il est indéniable que le rapprochement des membres est nécessaire. Par ailleurs, leur réactivité passe par l'identification claire des défis à relever mais aussi par la prise en considération du potentiel de croissance du secteur.

La mise en place de cette étude est la preuve de la détermination d'une profession de mieux connaître ses perspectives. Les initiatives isolées pour mieux définir ses paramètres économiques et l'importance des demandes sont par ailleurs la preuve d'une mobilisation émergente à ce sujet.

L'importante lacune d'informations disponibles, essentiellement économiques, a été le frein majeur à la réalisation de cette analyse ; mais ses limites sont aussi une preuve supplémentaire de son opportunité. La volonté existe quoi qu'il en soit pour prolonger ce travail.

POINTS METHODOLOGIQUES

POINT METHODOLOGIQUE III⁴⁰

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air est réalisée par l'**Insee** (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques) en partenariat avec la **Direction du Tourisme**. La mise en œuvre est effectuée par les directions régionales de l'Insee (hors DOM-TOM). Le pôle "Tourisme" de l'Insee (Montpellier) joue le rôle de coordinateur entre les 22 directions régionales. Cette enquête fait partie du programme avalisé par le CNIS (Conseil National de l'Information Statistique). Elle a reçu le label d'intérêt public et revêt un caractère obligatoire.

Il s'agit d'une enquête portant sur les cinq mois d'été (de mai à septembre) et sur l'ensemble des campings classés 1* à 4* offrant au moins un **emplacement de passage** (emplacement destiné à la clientèle touristique par opposition à l'**emplacement loué à l'année** destiné à une pratique plus résidentielle). Certaines régions ont choisi d'allonger la durée d'enquête aux mois d'avril et/ou d'octobre mais seuls sont ici présentés les résultats sur la saison d'été, commune à l'ensemble des régions.

Cette enquête exhaustive s'effectue mensuellement par voie postale auprès des gérants de campings classés. Elle a pour objet la connaissance exhaustive du parc (y compris les campings classés n'offrant aucun emplacement de passage).

Principaux indicateurs

Taux d'occupation (%) : nombre d'emplacements de passage occupés / nombre d'emplacements de passage offerts

Arrivées : nombre de personnes arrivées dans les campings classés

Nuitées : nombre de nuitées réalisées dans les campings classés.

Exemple : un couple arrive le 25 juillet et séjourne 10 nuits. Il faut compter 2 arrivées et 14 nuitées en juillet ; 0 arrivée et 6 nuitées en août.

Durée moyenne de séjour (en nuitées) : nombre de nuitées / nombre d'arrivées

Espaces touristiques

Espaces touristiques nationaux	Espaces touristiques agrégés
Littoral rural + littoral urbain	LITTORAL
Station de montagne + montagne hors station	MONTAGNE
Autre urbain	URBAIN
Autre rural	RURAL

⁴⁰ Source : Direction du Tourisme, Département Stratégie, Prospective, Evaluation, Statistiques

Les espaces touristiques utilisés sont communs avec ceux de l'hôtellerie. A chaque commune, correspond un espace touristique national (ETN) parmi les six du tableau ci-dessus. Pour notre étude, ces derniers sont regroupés en quatre modalités.

A partir de la saison d'été 2004, l'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air est modifiée, grâce à un nouveau questionnaire et de nouvelles méthodes de redressement. Le parc est mesuré au 30 septembre de chaque année (fin de la saison estivale) et la fréquentation sur l'ensemble des mois de mai à septembre (sauf résultats mensuels).

L'enquête de Suivi de la Demande touristique : S.D.T

Il s'agit d'une enquête réalisée par Taylor Nelson Sofres et commanditée par la Direction du Tourisme. Elle interroge mensuellement un panel de 20 000 personnes sur leurs déplacements touristiques (effectués); L'échantillon retenu étant représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

POINT METHODOLOGIQUE IV ⁴¹

L'Enquête Annuelle d'Entreprises : E.A.E

L'Enquête Annuelle d'Entreprise dans les services est effectuée chaque année dans la plupart des secteurs de l'économie.

L'E.A.E a pour objet l'étude des structures sectorielles et leur analyse comparative. Elle est la principale source de données économiques sur l'activité, la structure et les performances des entreprises de services marchands en France.

Depuis 1998 toutefois, afin de faciliter le traitement statistique, un seul questionnaire dit « général » (QG) est envoyé aux entreprises annuellement, à partir d'un certain seuil économique.

Rappelons que le code NAF (Nomenclature d'Activités Françaises) de l'hôtellerie de plein air est en 55 (552 C)

Champ de l'enquête EAE Services 2001 :

L'enquête EAE est exhaustive pour les entreprises de 30 salariés ou plus ou qui réalisent un chiffre d'affaires d'au moins 5M€. Dans l'hôtellerie de plein air cependant, le seuil est fixé à 10 salariés⁴², pour un chiffre d'affaires minimum équivalent (5M€).

L'enquête est effectuée par sondage pour les petites unités des services. Le taux de sondage varie de 1/135 à 1 en fonction de la taille et du secteur d'activité. Ainsi, les plus petites entreprises sont interrogées tous les deux ans (hormis les entreprises naissantes). L'hôtellerie de plein air est donc interrogée en 1999/98, puis en 2001/00, de même que les entreprises aux codes NAF⁴³ 63, 92, 93, 70

Sur les 38 203 entreprises relevant de l'échantillon de l'immobilier et des services aux particuliers, les non-réponses acceptées représentent 4%. Il s'agit des unités en sommeil, en cessation d'activité ou n'appartenant pas au champ de l'EAE. Normalement, ces entreprises n'auraient pas été enquêtées si on avait connu leur état avant le lancement de l'enquête. Le taux de répons à l'enquête atteinte 75%. Pour les grandes entreprises, interrogées avec un questionnaire générale (QG), ce taux avoisine 91% pour 80% pour les QS (Questionnaire simplifié).

⁴¹ Source : INSEE

⁴² Ainsi que pour les : Auberges de jeunesse et refuges : 1 salarié, et les entreprises de location immobilière, travail temporaire, nettoyage.

⁴³ La Nomenclature d'Activités Françaises (en remplacement du code APE) représente l'activité de l'entreprise telle qu'elle résulte des statuts ou dans les formalités administratives.

Globalement, l'échantillon EAES 2002/2001 sur les services représente 10% de la population des entreprises dans le champ de l'enquête. **Pour l'hôtellerie de plein air, il est de 19%** (861 campings). Trois cinquième des entreprises échantillonnées ont reçu un questionnaire. Les données des autres entreprises sont récupérées à travers la source administrative.

Dans les secteurs des services aux particuliers et des hôtels restaurants, 7% des entreprises sont représentées, avec respectivement 22 436 et 14 732 entreprises. Parmi les Hôtels et restaurants (NAF 55), notons les échantillons suivants :

- Hôtels avec restaurant : 13% des entreprises (2 557)
- Hôtels de tourisme sans restaurant : 15% (1 111)
- Hôtels de préfecture : 12% (321)
- Auberges de jeunesse et refuges : 54% (112)
- Autres hébergements touristiques de courte durée : 806 (14%)
- Cafés-tabacs : 6% (888)
- Restauration de type traditionnel : 5% (3 503)
- Restauration de type rapide : 9% (2 092)

Sont exclues du champ de l'EAE Services les entreprises non marchandes, les unités singulières et certaines catégories juridiques, dont :

CJ = 18 (associé-gérant de société)

CJ = 31 (personne morale de droit étranger immatriculée au RCS) et CJ = 32 (personne morale de droit étranger non immatriculée au RCS), pour les entreprises ne dépassant pas le seuil de l'exhaustif –pour l'hôtellerie de plein air, 10 salarié ou un minimum de 5 M€-

CF = 71 et 72 (administration et collectivité territoriale)

CJ = 73 (établissement public administratif), sauf les OPHLM

CJ = 75 (service d'une collectivité locale non dotée de la personnalité morale)

CJ = 83 (comité d'entreprise)

CJ = 91 (syndicat de propriétaire)

CJ = 92 (association), les associations employant moins de 6 salariés sont exclues, y compris dans l'hôtellerie de plein air. L'exception à cette règle concerne les activités suivantes et employant au moins un salarié : radios (NAF 92.2A), loueurs et administrateurs de biens immobiliers (NAF 70.2C et 70.3D), et organisateurs de foires et de salons (74.8J)

Sources des données communiquées dans l'EAE Services :

Situation de l'entreprise :

- Activité principale déclarée, catégorie juridique, régime d'imposition, exercice comptable
- Modifications de structure, apports et cessions d'actifs corporels

Emploi :

- Salariés au 31/12, salariés en équivalent temps plein en fin de trimestre
- Salariés à temps plein, à temps partiel, permanents, intermittents
- Personnel non salarié, personnel extérieur ou mis à disposition

Investissements et cessions :

- Tableau des immobilisations incorporelles et corporelles
- Investissements acquis ou créés, apports reçus, cessions d'actifs corporels

Chiffre d'affaires et activités :

- Ventilation du chiffre d'affaires par produits
- Répartition de la production immobilisée
- Exportations et importations
- Analyse de la clientèle

Dépenses professionnelles :

- Ventilation économique des consommations intermédiaires
- Dépenses particulières

Concernant les hébergements touristiques (55.A et 55.H),

L'EAE Services ne prend pas en considération :

- Salariés permanents, intermittents
- Production immobilisée
- Exports/Imports

Mais sont pris en compte :

- L'analyse clientèle
- Dépenses particulières
- Informations particulières : uniquement pour les exploitations de campings, les auberges de jeunesse et autres hébergements touristiques.

L'emploi : Source DADS

Depuis 1998, l'Enquête Annuelle d'Entreprises (EAE) permet de couvrir une partie de l'emploi, avec la prise en compte de l'emploi annuel moyen et de l'emploi non-salarié. Cette dernière donnée est intéressante dans la mesure où elle n'est pas accessible par d'autres sources.

L'emploi est également perceptible grâce à la source administrative DADS (Déclarations Annuelles de Données Sociales), qui donne les volumes d'emploi journalier des salariés déclarés. L'avantage est alors d'avoir une vision plus réelle de l'emploi, en s'affranchissant de la date du 31 décembre, imposée notamment par la source UNEDIC.

Les DADS sont les déclarations des employeurs au 31 décembre, de leurs effectifs salariés employés durant l'année. Elles permettent de connaître :

Les dates de début et de fin de contrat (donc de durée)

La rémunération, le sexe et l'âge de l'employé

La catégorie socioprofessionnelle

Le nombre d'heures travaillées.

Le traitement de l'Insee aboutit à des données annuelles ou mensuelles, par secteur d'activité, et distingue les emplois salariés permanents à temps plein, à temps partiel, saisonniers à temps plein ou partiel.

Toutefois, les DADS ont plusieurs limites :

-Le nombre d'emploi est légèrement surestimé, du fait de la double comptabilisation des personnes ayant travaillé dans deux établissements différents au cours de l'année.

-Les salariés des collectivités territoriales sont pris en compte, mais les collectivités territoriales ne ventilent pas les effectifs par établissement. Les effectifs des campings municipaux n'apparaissent donc pas, car ils sont enregistrés sous le code NAF 751.A (municipalités et collectivités territoriales). .

Une difficulté supplémentaire pour cerner l'emploi dans l'hôtellerie de plein air résulte de la variété d'activités présentes sur un terrain : un emploi dans une supérette d'alimentation peut ainsi être comptabilisé sous un autre code NAF que celui du camping. Ceci est valable tant pour la source EAE que pour les DADS.

ANNEXES

ANNEXES II – L’OFFRE

ANNEXES II.1 – Caractéristiques du parc de l’hôtellerie de plein air

Parc de l'Hôtellerie de plein air, 1992-2002

	1992	1996	1999	2000	2001	2002
Nbre de terrains 1 *	1414	1450	1615	1595	1586	1508
Nbre de terrains 2*	4796	4491	4290	4231	4209	4070
Nbre de terrains 3 *	1778	2008	2146	2191	2229	2309
Nbre de terrains 4 *	595	639	679	683	688	709
Nbre de terrains autres	552	357	286	282	271	280
TOTAL TERRAINS	9135	8945	9016	8982	8983	8876
Nbre d'emplacements 1*	72497	80813	91423	88857	88960	84036
Nbre d'emplacements 2*	409901	386868	370666	371904	360480	345926
Nbre d'emplacements 3 *	249666	287048	299619	303318	310419	316866
Nbre d'emplacements 4 *	113016	143737	155749	156746	158001	166813
Nbre d'emplacements autres	38437	19523	12817	21435	16513	20284
TOTAL EMBLEMENTS	845080	917989	930274	942260	934373	933925

EVOLUTIONS ANNUELLES	2002/92	2002/01	2002/96	1996/92	1999/96	2000/99	2001/00
Nbre de terrains 1 *	6,6	-4,9	4,0	2,5	11,4	-1,2	-0,6
Nbre de terrains 2*	-15,1	-3,3	-9,4	-6,4	-4,5	-1,4	-0,5
Nbre de terrains 3 *	29,9	3,6	15,0	12,9	6,9	2,1	1,7
Nbre de terrains 4 *	19,2	3,1	11,0	7,4	6,3	0,6	0,7
Nbre de terrains autres	-49,3	3,3	-21,6	-35,3	-19,9	-1,4	-3,9
Total Terrains	-2,8	-1,2	-0,8	-2,1	0,8	-0,4	0,0
Nbre d'emplacements 1*	15,9	-5,5	4,0	11,5	13,1	-2,8	0,1
Nbre d'emplacements 2*	-15,6	-4,0	-10,6	-5,6	-4,2	0,3	-3,1
Nbre d'emplacements 3 *	26,9	2,1	10,4	15,0	4,4	1,2	2,3
Nbre d'emplacements 4 *	47,6	5,6	16,1	27,2	8,4	0,6	0,8
Nbre d'emplacements autres	-47,2	22,8	3,9	-49,2	-34,3	67,2	-23,0
Total emplacements	10,5	0,0	1 ?7	8,6	1,3	1,3	-0,8

ANNEXES II.3 – Capacité d'hébergement en camping-caravaning (Source FFCC, Motor Presse France)

Répartition des terrains suivant leur mode de gestion

	TOTAL		Camps Commerciaux		Collectivités locales		Organ. Non FFCC		Association FFCC	
	Nombre	Emplacements	Nombre	Emplacements	Nombre	Emplacements	Nombre	Emplacements	Nombre	Emplacements
2002	8 970	938 668	5 412	634 697	3 039	250 883	391	38 919	128	14 169
2001	9 001	934 373	5 418	630 223	3 052	249 389	402	40 613	129	14 148
2000	9 052	942 260	5 431	637 163	3 081	248 871	313	32 535	227	23 691
1999	9 016	930 320	5 329	619 066	3 136	254 838	329	33 529	222	22 887
1998	8 987	923 461	5 236	606 086	3 186	259 623	343	34 137	222	23 615
1997	8 978	913 624	5 157	587 718	3 241	268 006	365	34 897	215	23 003
1995	9 073	899 566	5 100	562 773	3 347	275 081	394	39 862	232	21 850
1994	9 230	899 919	5 112	553 092	3 458	281 101	415	42 286	245	23 440
1993	9 192	893 450	5 045	544 001	3 479	282 580	423	43 039	245	23 830
1992	9 138	885 615	4 969	532 800	3 493	283 701	439	45 663	237	23 451
1991	8 971	876 112	4 820	518 326	3 473	288 670	442	45 725	236	23 391
1990	8 923	868 556	4 792	512 388	3 440	286 852	449	45 153	242	24 163

Répartition des terrains selon leur taille

	< 31 empl.	31-150 empl.	151-300 empl.	301-600 empl.	601-1000 empl.	>1000 empl.
1999	1 567	5 867	1 172	324	73	13
1995	1 558	6 068	1 080	285	70	12
1994	1 609	6 197	1 066	282	64	13
1993	1 586	6 196	1 059	277	62	12
1992	1 582	6 156	1 052	269	64	12
1991	1 550	6 055	1 027	266	62	11
1990	1 525	6 012	1 039	268	63	12

Répartition des terrains selon leur classement

	Nombre de terrains				Total	Nombre d'emplacements				Total
	*	**	***	****		*	**	***	****	
2002	1 508	4 070	2 309	709	8 596	84 036	345 926	316 866	166 813	913 641
1999	1 615	4 290	2 145	679	8 729	91 423	370 686	299 619	155 745	917 473
1995	1 349	4 653	1 936	628	8 566	72 726	397 689	265 190	126 441	862 046
1994	1 361	4 753	1 878	630	8 622	69 384	403 944	259 477	119 567	852 372
1993	1 389	4 794	1 824	612	8 619	71 476	407 579	254 565	116 271	849 891
1992	1 414	4 796	1 778	595	8 583	72 497	409 901	249 686	113 016	845 100
1991	1 427	4 813	1 735	577	8 552	68 430	416 059	246 338	111 200	842 027
1990	1 423	4 793	1 691	545	8 452	69 532	414 617	214 816	106 917	805 882

	Nombre de terrains				Nombre d'emplacements			
	*	**	***	****	*	**	***	****
2002	17,54%	47,35%	26,86%	8,25%	9,20%	37,86%	34,68%	18,26%
1999	17,91%	47,59%	23,79%	7,53%	9,83%	39,84%	32,21%	16,74%
1995	15,75%	54,32%	22,60%	7,33%	8,44%	46,13%	30,76%	14,67%
1994	15,79%	55,13%	21,78%	7,31%	8,14%	47,39%	30,44%	14,03%
1993	16,12%	55,62%	21,16%	7,10%	8,41%	47,96%	29,95%	13,68%
1992	16,47%	55,88%	20,72%	6,93%	8,58%	48,50%	29,55%	13,37%
1991	16,69%	56,28%	20,29%	6,75%	8,13%	49,41%	29,26%	13,21%
1990	16,84%	56,71%	20,01%	6,45%	8,63%	51,45%	26,66%	13,27%

ANNEXES II.4 – L'espace littoral en tête de la capacité d'accueil

Emplacements totaux par région et équivalents lits pour 100 habitants, 2003

Région	Emplacements totaux	%	Equivalent-lits pour 100 habitants
Languedoc-Roussillon	118 974	12,9	15,0
Aquitaine	105 882	11,5	10,7
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	96 833	10,5	6,3
Bretagne	88 830	9,6	9,0
Pays de la Loire	84 796	9,2	7,7
Rhône-Alpes	75 049	8,1	3,9
Poitou-Charentes	56 781	6,1	10,3
Midi-Pyrénées	41 318	4,5	4,7
Nord - Pas-de-Calais	35 942	3,9	2,7
Basse-Normandie	29 325	3,2	6,1
Auvergne	23 744	2,6	5,4
Centre	22 489	2,4	2,7
Corse	20 598	2,2	23,4
Picardie	20 281	2,2	3,3
Lorraine	16 887	1,8	2,2
Île-de-France	15 525	1,7	0,4
Bourgogne	15 042	1,6	2,8
Franche-Comté	13 990	1,5	3,7
Limousin	12 177	1,3	5,1
Alsace	11 918	1,3	2,0
Haute-Normandie	10 060	1,1	1,7
Champagne-Ardenne	7 937	0,8	1,8
Total	924 378	100,0	4,7

Equivalents lits pour 100 habitants = (Emplacements totaux x 3) pour 100 habitants. Population estimée en 2002 (Insee)

Source : Insee, Direction du Tourisme

Emplacements de passage selon la région, 2002

Région	Emplacements de passage	Emplacements loués à l'année	Total
Alsace	7 277	4 290	11 567
Aquitaine	94 374	10 713	105 087
Auvergne	21 520	2 080	23 600
Basse-Normandie	20 028	7 736	27 764
Bourgogne	13 546	1 605	15 151
Bretagne	84 258	3 767	88 025
Centre	19 065	3 186	22 251
Champagne-Ardenne	6 729	1 027	7 756
Corse	19 525	203	19 728
Franche-Comté	12 744	1 383	14 127
Haute-Normandie	5 643	4 507	10 150
Ile-de-France	6 180	9 530	15 710
Languedoc-Roussillon	103 085	16 542	119 627
Limousin	12 542	161	12 703
Lorraine	10 055	6 637	16 692
Midi-Pyrénées	39 746	1 703	41 449
Nord-Pas-de-Calais	9 277	26 952	36 229
Pays-de-la-Loire	72 452	11 763	84 215
Picardie	6 695	13 922	20 617
Poitou-Charentes	48 610	8 037	56 647
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	82 464	14 539	97 003
Rhône-Alpes	61 623	12 878	74 501

Source : Insee, Direction du Tourisme

Densité touristique de l'hôtellerie de plein air, par région et par département, 2002

Densité = Equivalents lits pour 100 habitants = (Emplacements totaux x 3) pour 100 habitants

Région	Population en milliers (Estimation Insee 2001)	Empl. Totaux	Densité
Corse	262	19 728	22,6
Languedoc-Roussillon	2 336	119 627	15,4
Aquitaine	2 942	105 087	10,7
Poitou-Charentes	1 655	56 647	10,3
Bretagne	2 938	88 025	9,0
Pays de la Loire	3 267	84 215	7,7
Provence-Alpes-Côte d'Azur	4 569	97 003	6,4
Basse-Normandie	1 432	27 764	5,8
Auvergne	1 311	23 600	5,4
Limousin	711	12 703	5,4
Midi-Pyrénées	2 585	41 449	4,8
Rhône-Alpes	5 718	74 501	3,9
Franche-Comté	1 123	14 127	3,8
Picardie	1 868	20 617	3,3
Bourgogne	1 613	15 151	2,8
Centre	2 459	22 251	2,7
Nord - Pas-de-Calais	4 014	36 229	2,7
Lorraine	2 314	16 692	2,2
Alsace	1 762	11 567	2,0
Champagne-Ardenne	1 343	7 756	1,7
Haute-Normandie	1 792	10 150	1,7
Ile-de-France	11 025	15 710	0,4
Total	59 038	920 599	4,7

Source : Insee, Direction du Tourisme

Emplacements, par catégorie, selon la région, 2002

	Tous les terrains - Tous les emplacements					Terrains offrant un emplacement de passage - Emplacements de passage				
	1*	2*	3*	4*	Total	1*	2*	3*	4*	Total
Région										
Alsace	38	93	141	164	437	30	48	102	142	322
Aquitaine	62	108	182	306	658	58	95	167	280	599
Auvergne	42	60	98	129	329	40	53	93	117	304
Basse-Normandie	34	87	158	230	510	33	67	113	176	388
Bourgogne	49	58	95	117	319	37	54	91	114	296
Bretagne	71	97	143	256	568	72	94	138	229	534
Centre	41	63	107	198	409	38	57	98	154	346
Champagne-Ardenne	46	76	124	118	364	33	68	115	118	334
Corse	110	122	142	283	657	110	122	142	258	632
Franche-Comté	51	94	118	366	629	43	82	113	335	573
Haute-Normandie	62	75	98	166	400	36	48	63	127	274
Ile-de-France	96	140	185	267	689	35	61	84	152	332
Languedoc-Roussillon	73	113	190	370	745	70	99	169	305	643
Limousin	38	55	97	132	321	37	54	95	131	317
Lorraine	60	113	127	168	468	59	64	86	150	358
Midi-Pyrénées	35	55	85	154	329	34	53	80	150	318
Nord-Pas-de-Calais	56	96	150	171	473	18	37	50	37	143
Pays-de-la-Loire	51	98	157	244	550	48	88	134	209	479
Picardie	76	101	148	136	461	22	43	64	98	227
Poitou-Charentes	44	106	165	270	586	44	94	146	210	493
PACA	78	92	154	260	584	65	81	133	216	495
Rhône-Alpes	42	71	105	148	366	31	61	87	130	310
France	1 255	1 973	2 971	4 652	10 851	992	1 524	2 365	3 836	8 717

	Tous les terrains - Tous les emplacements					Terrains offrant un emplacement de passage - Emplacements de passage				
	1*	2*	3*	4*	3 + 4 étoiles	1*	2*	3*	4*	3 + 4 étoiles
Région										
Alsace	3,1%	4,7%	4,7%	3,5%	8,3%	3,0%	3,1%	4,3%	3,7%	8,0%
Aquitaine	4,9%	5,5%	6,1%	6,6%	12,7%	5,8%	6,2%	7,1%	7,3%	14,4%
Auvergne	3,3%	3,0%	3,3%	2,8%	6,1%	4,1%	3,5%	3,9%	3,0%	7,0%
Basse-Normandie	2,7%	4,4%	5,3%	4,9%	10,3%	3,3%	4,4%	4,8%	4,6%	9,4%
Bourgogne	3,9%	2,9%	3,2%	2,5%	5,7%	3,8%	3,6%	3,8%	3,0%	6,8%
Bretagne	5,7%	4,9%	4,8%	5,5%	10,3%	7,2%	6,2%	5,9%	6,0%	11,8%
Centre	3,3%	3,2%	3,6%	4,3%	7,8%	3,8%	3,7%	4,1%	4,0%	8,1%
Champagne-Ardenne	3,6%	3,9%	4,2%	2,5%	6,7%	3,3%	4,5%	4,9%	3,1%	7,9%
Corse	8,8%	6,2%	4,8%	6,1%	10,9%	11,1%	8,0%	6,0%	6,7%	12,7%
Franche-Comté	4,0%	4,8%	4,0%	7,9%	11,8%	4,4%	5,4%	4,8%	8,7%	13,5%
Haute-Normandie	4,9%	3,8%	3,3%	3,6%	6,9%	3,6%	3,1%	2,7%	3,3%	6,0%
Ile-de-France	7,7%	7,1%	6,2%	5,7%	12,0%	3,5%	4,0%	3,6%	4,0%	7,5%
Languedoc-Roussillon	5,8%	5,7%	6,4%	7,9%	14,3%	7,0%	6,5%	7,2%	7,9%	15,1%
Limousin	3,0%	2,8%	3,3%	2,8%	6,1%	3,7%	3,6%	4,0%	3,4%	7,5%
Lorraine	4,8%	5,7%	4,3%	3,6%	7,9%	6,0%	4,2%	3,6%	3,9%	7,5%
Midi-Pyrénées	2,8%	2,8%	2,9%	3,3%	6,2%	3,4%	3,5%	3,4%	3,9%	7,3%
Nord-Pas-de-Calais	4,4%	4,9%	5,1%	3,7%	8,7%	1,8%	2,5%	2,1%	1,0%	3,1%
Pays-de-la-Loire	4,1%	5,0%	5,3%	5,2%	10,5%	4,8%	5,8%	5,7%	5,4%	11,1%
Picardie	6,0%	5,1%	5,0%	2,9%	7,9%	2,2%	2,8%	2,7%	2,6%	5,3%
Poitou-Charentes	3,5%	5,4%	5,6%	5,8%	11,4%	4,4%	6,2%	6,2%	5,5%	11,6%
PACA	6,2%	4,7%	5,2%	5,6%	10,8%	6,5%	5,3%	5,6%	5,6%	11,3%
Rhône-Alpes	3,3%	3,6%	3,5%	3,2%	6,7%	3,2%	4,0%	3,7%	3,4%	7,1%
France	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	200,0%					

Source : Insee, Direction du Tourisme

Nombre total de terrains et d'emplacements, par catégorie, selon le département, 2002 -
Champ : ensemble des terrains, ensemble des emplacements

Région	Département	Terrains					Emplacements				
		1*	2*	3*	4*	Total	1*	2*	3*	4*	Total
Languedoc Roussillon	11 Aude	19	41	21		81	1 946	4 887	3 343		10 176
	30 Gard	22	56	50	15	143	1 190	7 241	7 039	4 944	20 414
	34 Hérault	34	100	90	32	256	3 073	13 620	18 688	12 954	48 335
	48 Lozère	28	52	14		94	1 018	2 888	1 334		5 240
	66 Pyrénées-Orientales	27	88	75	20	210	2 249	9 292	17 052	6 869	35 462
Total		130	337	250	67	784	9 476	37 928	47 456	24 767	119 627
Limousin	19 Corrèze	15	41	30	7	93	551	2 253	2 919	906	6 629
	23 Creuse	11	24	6	1	42	354	1 002	571	136	2 063
	87 Haute-Vienne	14	29	13	2	58	604	1 884	1 243	280	4 011
Total		40	94	49	10	193	1 509	5 139	4 733	1 322	12 703
Lorraine	54 Meurthe-et-Moselle	5	12	1		18	163	950	190		1 303
	55 Meuse	10	13	3		26	800	1 484	340		2 624
	57 Moselle	20	22	5	1	48	1 299	4 254	925	150	6 628
	88 Vosges	9	40	15	6	70	374	3 143	1 594	1 026	6 137
Total		44	87	24	7	162	2 636	9 831	3 049	1 176	16 692
Midi Pyrénées	09 Ariège	3	26	30	1	60	104	1 316	3 049	70	4 539
	12 Aveyron	21	45	37	19	122	745	2 557	3 083	2 862	9 247
	31 Haute-Garonne	5	28	13		46	233	1 790	1 260		3 283
	32 Gers	11	8	19	3	41	269	368	1 980	809	3 426
	46 Lot	5	50	43	10	108	128	2 246	3 220	1 355	6 949
	65 Hautes-Pyrénées	18	81	27	4	130	823	5 456	2 625	546	9 450
	81 Tarn	6	28	18	2	54	149	1 143	1 000	351	2 643
	82 Tarn-et-Garonne	7	20	13		40	182	947	783		1 912
Total		76	286	200	39	601	2 633	15 823	17 000	5 993	41 449
Nord-Pas de-Calais	59 Nord	50	53	34	9	146	2 614	4 074	4 126	1 368	12 182
	62 Pas-de-Calais	72	124	34	4	234	4 170	12 945	6 076	856	24 047
Total		122	177	68	13	380	6 784	17 019	10 202	2 224	36 229
Pays-de- la-Loire	44 Loire-Atlantique	17	76	45	14	152	1 022	7 858	7 352	2 818	19 050
	49 Maine-et-Loire	6	38	15	9	68	196	2 080	1 500	1 392	5 168
	53 Mayenne	1	13	8		22	23	505	469		997
	72 Sarthe	7	34	17	1	59	183	1 905	1 986	90	4 164
	85 Vendée	25	165	85	69	344	1 454	19 609	15 398	18 375	54 836
Total		56	326	170	93	645	2 878	31 957	26 705	22 675	84 215
Picardie	02 Aisne	1	19	7	2	29	72	1 125	782	234	2 213
	60 Oise	7	12	11	1	31	546	915	1 520	150	3 131
	80 Somme	38	69	23	4	134	2 869	8 060	3 777	567	15 273
Total		46	100	41	7	194	3 487	10 100	6 079	951	20 617
Poitou Charentes	16 Charente	10	14	5	1	30	425	585	578	133	1 721
	17 Charente-Maritime	27	184	82	32	325	1 444	23 451	15 134	9 555	49 584
	79 Deux-Sèvres	9	20	6	1	36	281	932	655	84	1 952
	86 Vienne	7	31	13	4	55	199	1 549	1 149	493	3 390
Total		53	249	106	38	446	2 349	26 517	17 516	10 265	56 647
Provence Alpes Côte d'Azur	Alpes-de-Haute- 04 Provence	22	49	33	10	114	1 293	4 235	3 807	2 321	11 656
	05 Hautes-Alpes	18	66	40	8	132	1 995	5 554	4 001	1 109	12 659
	06 Alpes-Maritimes	13	49	36	7	105	615	2 566	4 309	1 356	8 846
	13 Bouches-du-Rhône	3	44	25	9	81	159	4 597	4 462	2 036	11 254
	83 Var	20	100	83	44	247	2 067	11 999	17 255	13 745	45 066
	84 Vaucluse	7	39	22	6	74	377	3 014	2 900	1 231	7 522
Total		83	347	239	84	753	6 506	31 965	36 734	21 798	97 003
Rhône Alpes	01 Ain	13	26	22	10	71	530	1 559	3 230	1 903	7 222
	07 Ardèche	29	121	88	21	259	944	7 578	8 528	3 967	21 017
	26 Drome	16	66	35	12	129	577	4 503	2 936	1 199	9 215
	38 Isère	24	39	55	9	127	1 108	2 475	4 481	1 097	9 161
	42 Loire	14	14	12		40	591	811	1 287		2 689
	69 Rhône	6	11	7	3	27	441	507	939	438	2 325
	73 Savoie	20	54	27	4	105	960	4 088	3 100	444	8 592
	74 Haute-Savoie	16	81	37	7	141	638	7 578	5 344	720	14 280
Total		138	412	283	66	899	5 789	29 099	29 845	9 768	74 501
FRANCE		1 355	4 012	2 262	698	8 327	77 900	358 499	316 434	167 766	920 599

Source : Insee, Direction du Tourisme

Nombre total de terrains et d'emplacements, par catégorie, selon le département, 2002

Champ : terrains offrant au moins 1 emplacement de passage - Emplacements de passage

Région	Département	Terrains					Emplacements				
		1*	2*	3*	4*	Total	1*	2*	3*	4*	Total
Languedoc Roussillon	11 Aude	19	40	21		80	1 495	4 256	3 110		8 861
	30 Gard	22	54	48	15	139	1 123	6 075	6 104	4 266	17 568
	34 Hérault	34	99	86	31	250	2 973	11 378	15 890	9 949	40 190
	48 Lozère	24	51	14		89	922	2 779	1 334		5 035
	66 Pyrénées-Orientales	27	87	75	20	209	2 248	8 384	14 911	5 888	31 431
Total		126	331	244	66	767	8 761	32 872	41 349	20 103	103 085
Limousin	19 Corrèze	15	41	30	7	93	550	2 217	2 913	897	6 577
	23 Creuse	11	24	6	1	42	353	991	545	136	2 025
	87 Haute-Vienne	14	29	13	2	58	559	1 884	1 217	280	3 940
Total		40	94	49	10	193	1 462	5 092	4 675	1 313	12 542
Lorraine	54 Meurthe-et-Moselle	4	12	1		17	151	474	190		815
	55 Meuse	9	12	3		24	575	686	207		1 468
	57 Moselle	6	20	5	1	32	562	1 223	223	150	2 158
	88 Vosges	9	39	15	6	69	374	2 908	1 435	897	5 614
Total		28	83	24	7	142	1 662	5 291	2 055	1 047	10 055
Midi Pyrénées	09 Ariège	3	26	30	1	60	90	1 238	2 600	70	3 998
	12 Aveyron	21	45	37	19	122	745	2 555	3 026	2 847	9 173
	31 Haute-Garonne	5	28	13		46	210	1 697	1 043		2 950
	32 Gers	11	8	19	3	41	269	366	1 918	696	3 249
	46 Lot	5	50	43	10	108	128	2 246	3 207	1 353	6 934
	65 Hautes-Pyrénées	18	81	27	4	130	821	5 093	2 469	546	8 929
	81 Tarn	6	28	18	2	54	149	1 143	988	349	2 629
	82 Tarn-et-Garonne	7	20	13		40	177	935	772		1 884
Total		76	286	200	39	601	2 589	15 273	16 023	5 861	39 746
Nord-Pas de-Calais	59 Nord	25	39	29	8	101	282	644	953	332	2 211
	62 Pas-de-Calais	28	91	31	4	154	686	4 212	2 054	114	7 066
Total		53	130	60	12	255	968	4 856	3 007	446	9 277
Pays-de- la-Loire	44 Loire-Atlantique	16	74	45	14	149	907	6 619	6 300	2 434	16 260
	49 Maine-et-Loire	5	38	15	9	67	146	2 006	1 481	1 323	4 956
	53 Mayenne	1	13	8		22	23	498	439		960
	72 Sarthe	7	34	17	1	59	178	1 797	1 951	90	4 016
	85 Vendée	23	160	83	69	335	1 246	17 095	12 355	15 564	46 260
Total		52	319	168	93	632	2 500	28 015	22 526	19 411	72 452
Picardie	02 Aisne	1	19	7	2	29	57	663	597	100	1 417
	60 Oise	2	6	5		13	65	176	284		525
	80 Somme	20	57	22	3	102	382	2 684	1 296	391	4 753
Total		23	82	34	5	144	504	3 523	2 177	491	6 695
Poitou Charentes	16 Charente	10	14	5	1	30	425	582	578	125	1 710
	17 Charente-Maritime	26	181	82	31	320	1 370	20 163	13 086	7 052	41 671
	79 Deux-Sèvres	9	19	6	1	35	280	876	633	84	1 873
	86 Vienne	7	31	13	4	55	191	1 524	1 148	493	3 356
Total		52	245	106	37	440	2 266	23 145	15 445	7 754	48 610
Provence Alpes Côte d'Azur	Alpes-de-Haute- 04 Provence	22	49	33	10	114	1 285	3 929	3 723	2 219	11 156
	05 Hautes-Alpes	18	66	40	8	132	1 901	5 097	3 892	1 099	11 989
	06 Alpes-Maritimes	12	49	36	7	104	502	2 273	3 690	1 069	7 534
	13 Bouches-du-Rhône	3	39	25	9	76	94	3 057	4 080	1 618	8 849
	83 Var	15	98	83	44	240	849	10 104	13 760	10 968	35 681
	84 Vaucluse	7	39	22	6	74	362	2 981	2 754	1 158	7 255
Total		77	340	239	84	740	4 993	27 441	31 899	18 131	82 464
Rhône Alpes	01 Ain	10	23	22	10	65	253	689	1 830	1 486	4 258
	07 Ardèche	28	119	88	21	256	847	6 855	8 267	3 634	19 603
	26 Drome	14	66	35	12	127	422	4 038	2 668	1 043	8 171
	38 Isère	23	38	55	9	125	765	1 850	3 424	918	6 957
	42 Loire	14	14	12		40	269	609	745		1 623
	69 Rhône	6	10	6	3	25	141	194	456	388	1 179
	73 Savoie	15	54	27	4	100	658	3 760	2 594	413	7 425
	74 Haute-Savoie	16	80	36	6	138	585	6 695	4 543	584	12 407
Total		126	404	281	65	876	3 940	24 690	24 527	8 466	61 623
FRANCE		1 182	3 880	2 225	685	7 972	57 544	293 026	266 863	140 005	757 438

Source : Insee, Direction du Tourisme--

ANNEXES III – LA FREQUENTATION

Fréquentation dans l'Hôtellerie de plein air de 1999 à 2002

	Nuitées (en milliers)	Nuitées (évolution n/n-1)	Emplacements de passages offerts (en milliers)	Emplacements de passages (évolution n/ n- 1)	Nombre moyen de personnes par emplacement occupé	Taux d'occupation
1999	99 582	-	105 972	-	2,87	32,70%
2000	93 573	-6,00%	105 199	-0,70%	2,85	31,20%
2001	98 072	4,80%	103 463	-1,70%	2,86	33,00%
2002	97 483	-0,60%	102 597	-0,80%	2,85	33,20%

Source : Insee, Direction du Tourisme

On peut écrire la relation :

Nuitées = (Nuitées / Emplacements occupés) * (Emplacements occupés / Emplacements offerts) * Emplacements offerts

Soit :

Nuitées = Nombre moyen de personnes par emplacement * Taux d'occupation * Emplacements offerts

Répartition des séjours et des nuitées en France selon les modes d'hébergement (en %)

	En % des séjours				En % des nuitées			
	1998	2000	2001	2002	1998	2000	2001	2002
Hébergement marchand	40,6	42,4	42,1	41,7	45,2	47,2	47,3	46,5
Hôtel et pension de famille	16	16,6	15,8	15,8	11,3	11,8	11	10,8
Hôtellerie de plein air	8	8,7	8,7	8,4	11,4	11,7	12,4	11,7
Location	5,2	5,6	5,5	5,5	9,2	10	10,1	10,1
Gîte, chambre d'hôtes	3,8	3,3	3,4	3,9	4	3,5	3,5	4
Résidence de tourisme	1,3	1,2	1,2	1,6	1,8	1,7	1,8	2,2
Club et village de vacances	ND	ND	3,8	3,2	ND	ND	5,1	4,4
Autres	6,3	7	3,7	3,3	7,5	8,5	3,4	3,3
Hébergement non marchand	59,4	57,5	57,9	58,3	54,8	52,8	52,7	53,5
Résidences secondaires	12	10,8	9,9	9,9	18,2	16,5	15,2	15,5
Famille/amis	47,4	46,7	47,9	48,4	36,8	36,3	37,5	38

Source : S.D.T. (Direction du Tourisme, TN Sofres)

ND : non défini

Durée moyenne de séjour – Comparaison camping / hôtellerie

	Hôtellerie de plein air				Hôtellerie			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
Total	5,62	5,77	5,85	5,83	1,9	1,9	1,75	1,75
Français	6,21	6,37	6,40	6,43	1,8	1,8	2,16	2,15
Étrangers	4,84	4,91	5,05	5,03	2,1	2,1	1,89	1,90

Source : Insee – Direction du Tourisme

Durée de séjour selon la catégorie de camping, 2002

	Catégories	Arrivées	%	Nuitées	%	Durée moyenne de séjour (en nuitées)
Français	1 étoile	672 932	4,0	3 291 920	3,4	4,9
	2 étoiles	3 809 137	22,8	21 943 176	22,5	5,8
	3 étoiles	3 592 282	21,5	24 300 366	24,9	6,8
	4 étoiles	1 550 719	9,3	12 308 936	12,6	7,9
	Total	9 625 069	57,6	61 844 398	63,4	6,4
Etrangers	1 étoile	437 754	2,6	1 641 826	1,7	3,8
	2 étoiles	2 022 857	12,1	7 695 396	7,9	3,8
	3 étoiles	2 675 692	16,0	12 479 018	12,8	4,7
	4 étoiles	1 955 818	11,7	13 823 210	14,2	7,1
	Total	7092120	42,4	35 639 449	36,6	5,0
Ensemble	1 étoile	1 110 686	6,6	4 933 746	5,1	4,4
	2 étoiles	5 831 994	34,9	29 638 572	30,4	5,1
	3 étoiles	6 267 974	37,5	36 779 383	37,7	5,9
	4 étoiles	3 506 536	21,0	26 132 146	26,8	7,5
Total		16 717 190	100,0	97 483 847	100,0	5,8

Source : Insee – Direction du Tourisme

Fréquentation par catégorie

Catégorie	Contribution à l'évolution totale des nuitées (*)	Poids des nuitées			Evolution des nuitées entre 1996 et 2002		
		Total	Français	Etranger	Total	Français	Etranger
1 étoile	0,55%	5,10%	5,30%	4,60%	11,03%	2,60%	32,93%
2 étoiles	-4,54%	30,40%	35,50%	21,60%	-11,94%	-16,16%	2,81%
3 étoiles	5,99%	37,70%	39,30%	35,00%	18,86%	16,40%	23,96%
4 étoiles	7,42%	26,80%	19,90%	38,80%	33,62%	2,67%	40,46%
Total	10,02%	100,00%	100,00%	100,00%	10,02%	3,12%	24,49%

Source : Insee – Direction du Tourisme

(*) Contribution de la catégorie 2* = (Nuitées 2* en 2002 – Nuitées 2* en 1996) / Nuitées totales 1996. Elle permet de mesurer l'évolution de la fréquentation de chaque catégorie relativement à son poids dans le total des nuitées. La somme des contributions est égale à l'évolution des nuitées totales pour l'ensemble des catégories (soit - 0,6 %)

Répartition des nuitées des séjours personnels selon le nombre de personnes présentes lors du séjour dans les différents modes d'hébergement

	1	2	3 à 5	6 à 10	10 et +
Hôtel	12,4%	14,2%	6,6%	6,5%	18,7%
Gîte rural, chambre d'hôte	1,6%	3,4%	5,1%	5,0%	7,7%
Hôtellerie de plein air	4,5%	10,3%	15,4%	15,8%	12,5%
Location	4,5%	8,2%	12,8%	17,9%	6,7%
Villages de vacances	3,6%	3,3%	5,5%	4,2%	11,6%
Résidence de tourisme	1,3%	1,9%	2,9%	2,7%	1,5%
Résidence secondaire du foyer	14,0%	20,3%	12,4%	12,4%	11,1%
Chez quelqu'un de la famille	40,0%	27,5%	30,5%	25,3%	13,3%
Chez des amis	13,5%	7,6%	5,9%	5,9%	5,9%
Autre	4,60%	3,30%	2,90%	4,30%	11,00%

Source : SDT été 2002 – TNSofres/Direction du Tourisme

Répartition des nuitées des séjours personnels dans les différents modes d'hébergement selon l'environnement de séjour (été 2002)

	Mer	Montagne	Campagne	Lac	Ville
Hôtel	11,00%	17,2%	8,8%	18,4%	18,4%
Gîte rural, chambre d'hôte	2,8%	7,4%	6,7%	7,3%	2,1%
Hôtellerie de plein air	17,3%	11,9%	8,3%	21,5%	5,4%
Location	14,3%	14,5%	5,0%	9,2%	5,3%
Villages de vacances	6,5%	5,5%	2,4%	5,1%	1,5%
Résidence de tourisme	2,9%	3,6%	0,7%	2,1%	0,8%
Résidence secondaire du foyer	16,2%	12,1%	20,2%	9,1%	5,3%
Chez quelqu'un de la famille	20,0%	19,6%	38,5%	17,7%	40,9%
Chez des amis	6,2%	6,1%	7,6%	5,3%	11,3%
Autre	2,8%	2,1%	1,8%	4,3%	8,0%

Source : SDT été 2002 –TNSofres/Direction du Tourisme

ANNEXES IV.1 – L'ACTIVITE ECONOMIQUE

Activité de l'Hôtellerie de plein air et autres hébergements touristiques, 1998 et 2001

	Nombre d'entreprises		Chiffre d'affaires (M€)		Valeur Ajoutée par personne occupée (K€)		Frais de personnel moyen par salarié	
	2001	1998	2001	1998	2001	1998	2001	1998
Hôtellerie de plein air	4 373	3 579	1 147	801	44	55	27	30
Hôtels de tourisme	26 258	26 964	14 378	12 968	39	37	26	25
Hôtels de préfecture	2 510	2 864	269	257	29	25	22	19
Auberges, refuges	190	171	54	18	19	13	15	10
Autres hébergements touristiques	5 474	3 381	1 132	1804	32	33	26	23
Total hébergements touristiques	36 248	36 959	16 980	15 848	163	163	116	107
Secteur Hôtels et restaurants	193 078	183 650	53 929	45 618	274	281	2123	204

	Nombre d'entreprises		Chiffre d'affaires		Valeur Ajoutée par personne occupée		Frais de personnel moyen par salarié	
	2001	1998	2001	1998	2001	1998	2001	1998
Hôtellerie de plein air	12,1%	9,7%	6,8%	5,1%	27,0%	33,7%	23,3%	28,0%
Hôtels de tourisme	72,4%	73,0%	84,7%	81,8%	23,9%	22,7%	22,4%	23,4%
Hôtels de préfecture	6,9%	7,7%	1,6%	1,6%	17,8%	15,3%	19,0%	17,8%
Auberges, refuges	0,5%	0,5%	0,3%	0,1%	11,7%	8,0%	12,9%	9,3%
Autres hébergements touristiques	15,1%	9,1%	6,7%	11,4%	19,6%	20,2%	22,4%	21,5%
Total hébergements touristiques	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Activité générée par l'hôtellerie de plein air par rapport au secteur des hôtels-restaurants, en 1998 et 2001

	Chiffre d'affaires, moyenne par personne (K€) (*)		Valeur ajoutée, moyenne par personne (K€)		Chiffre d'affaires - Moyenne par entreprise (K€)		Valeur Ajoutée - Moyenne par entreprise (K€)	
	2001	1998	2001	1998	2001	1998	2001	1998
Hôtellerie de plein air	86	93	44	55	264	240	136	37
Hôtels de tourisme	78	74	39	37	550	488	272	243
Auberges, refuges	41	25	19	13	243	107	112	57
Autres hébergements touristiques	82	60	32	33	330	237	128	129
Restaurants	56	58	26	26	255	229	118	105
Cafés	57	56	28	29	113	103	55	53
Cantines d'entreprises et restaurants sous contrat	60	60	27	27	6 265	4 217	2 765	1 915
Traiteurs, organisation de réception	67	76	30	36	402	366	178	171
Secteur Hôtels et restaurants	63	62	29	30	282	253	133	121

Source : EAE, INSEE

(*) **Chiffre d'affaires/Personnel occupé (source Insee):** Chiffre d'affaires/Personnel occupé

Le personnel occupé est égal à l'effectif salarié annuel moyen en équivalent temps plein + l'effectif non salarié annuel moyen en équivalent temps plein

ANNEXES IV.3 – LES PRIX

Indices des prix à la consommation

Série hors tabac

	2000	2001	2002	2003
Décembre	102,7	104,2	106,4	
Novembre	102,8	104,0	106,2	108,0
Octobre	102,5	104,3	106,2	108,2
Septembre	102,6	104,2	106,0	108,1
Août	102,1	103,9	105,7	107,7
Juillet	101,9	103,9	105,5	107,5
Juin	102,1	104,2	105,6	107,6
Mai	101,9	104,1	105,6	107,3
Avril	101,7	103,5	105,5	107,4
Mars	101,7	103,0	105,0	107,5
Février	101,2	102,5	104,6	107,1
Janvier	101,1	102,2	104,4	106,4
Moyenne	102,0	103,7	105,6	107,5

Source: INSEE, Comptes Nationaux

Prix à la journée dans l'Hôtellerie de plein air; 2000-2003 (Euros)

	Prix minimum								Prix maximum								Moyenne							
	Empl.	Auto	Tente	Carav	C.C.	Adulte	Enfant	Moy.	Empl.	Auto	Tente	Carav	C.C.	Adulte	Enfant	Moy.	Empl.	Auto	Tente	Carav	C.C.	Adulte	Enfant	Moy.
2000		0,3	0,4	4	3,53	0,76	0,38	1,56		4,57	18,29	18,29	22,11	7,93	5,49	12,8		1,47	2,53	2,87	3,48	3	1,89	2,54
2001		0,3	0,61	0,76	0,76	0,7	0,3	0,57		4,42	9,45	11,43	22,11	8,38	5,79	10,3		1,55	2,38	2,7	3,83	3,1	1,97	2,59
2002	0,45	0,3	0,42	0,56	0,56	0,7	0,35	0,48	19,6	4	22,4	22,4	24	7	7	15,2	4,13	1,56	2,7	3,04	4,41	3,16	2,11	3,02
2003		0,4	0,35	0,25	0,3	1	0,5	0,47		4,5	13,5	13,5	13,5	12	8	10,8		1,69	2,95	3,09	4,14	3,37	2,33	2,93

Source : FFCC - Motor presse France

Evolution des prix dans l'Hôtellerie de plein air, 2000-2003 (Euros)

	Prix minimum							Prix maximum							Moyenne						
	Auto	Tente	Carav	C.C.	Adulte	Enfant	Moy.	Auto	Tente	Carav	C.C.	Adulte	Enfant	Moy.	Auto	Tente	Carav	C.C.	Adulte	Enfant	Moy.
2001/00	0,0%	52,5%	-81,0%	-78,5%	-7,9%	21,1%	63,4%	-3,3%	-48,3%	-37,5%	0,0%	5,7%	5,5%	19,7%	5,4%	-5,9%	-5,9%	10,1%	3,3%	4,2%	1,9%
2002/01	0,0%	31,1%	-26,3%	-26,3%	0,0%	16,7%	16,5%	-9,5%	137,0%	96,0%	8,5%	-16,5%	20,9%	48,1%	0,6%	13,4%	12,6%	15,1%	1,9%	7,1%	16,5%
2003/02	33,3%	16,7%	-55,4%	-46,4%	42,9%	42,9%	-2,2%	12,5%	-39,7%	-39,7%	43,8%	71,4%	14,3%	28,7%	8,3%	9,3%	1,6%	-6,1%	6,6%	10,4%	-2,9%

Source : FFCC - Motor presse France

ANNEXES IV.4 – L'EMPLOI

ANNEXES 1 – Données annualisées de l'emploi dans l'Hôtellerie de plein air

Evolution de l'emploi dans l'Hôtellerie de plein air, 1998-2002

	POND Nombre d'entreprises *	EF40 Effectif non salarié	EF50 Effectif salarié	EFOQM OY Personnel occupé annuel	Evolution personnel occupé			Evolution effectif salarié		
					1998- 2001	2000- 2001	1998- 2000	1998- 2001	2000- 2001	1998- 2000
2001	4 373	3 234	10 173	13 407						
2000	4 129	3 496	8 932	12 428	43,6%	7,9%	33,1%	59,3%	13,9%	39,8%
1998	3 579	2 947	6 388	9 335						

Source : EAE Services – INSEE

(code APE : 552C)

Remarque : les données 2001 sont les dernières disponibles (extraites de l'INSEE Résultat n°11 -Entreprises de service- daté de septembre 2003, paru en novembre)

Attention : l'EAE services ne prend en compte que les terrains à gestion privée

ANNEXES 2 – Emploi selon la saisonnalité dans l'Hôtellerie de plein air

Moyennes journalières des jours-contrats

Catégories d'emploi	Nombre moyen de jours-contrats sur les différentes périodes				
	Année 2001	Saison d'été 2001 Mai à septembre (5mois)	Haute saison d'été 2001 Juillet & août	Basse saison d'été 2001 Mai, juin, sept.	Année hors saison d'été 2001
	Moyenne sur les 360 jours de l'année "Année-contrat"	Moyenne sur les 150 jours de la saison "saison-contrat"	Moyenne sur les 60 jours de la haute saison d'été "haute saison- contrat"	Moyenne sur les 90 jours de la basse saison d'été	Moyenne sur les 210 jours hors saison d'été
Ensemble	11585	17440	25348	12168	7404
Saisonniers d'été Contrats 5 mois	3184	7642	15440	2444	0
Saisonniers d'été Contrats de 8 mois	1461	2649	2641	2654	612
Autres salariés	2115	2324	2442	2245	1967
Permanents année 2001	5163	5157	5138	5169	5167
<i>Dont permanents année 2000 actifs en 2001</i>	338	332	313	344	342

Rémunération des salariés dans l'HPA, en fonction de la saisonnalité, 2001

Catégories d'emploi	Salaires horaires moyens, 2001				
	Nombre total de jours-contrats	Nombre d'heures travaillées	Salaires net	Salaires horaires (€)	nombre de jours-contrats sur l'année
Autres saisonniers (ASAI)	345 100	1 258 575	7 972 390	6,33	959
Autres salariés (ASAL)	294 800	1 140 075	7 776 704	6,82	819
Permanents	1 858 500	8 192 900	70 311 152	8,58	5 163
Saisonniers d'été (SETE)	525 950	2 520 675	17 578 821	6,97	1 461
Saisonniers d'été Contrats de 8 mois (SAIE)	1 146 350	5 306 600	36 036 657	6,79	3 184
Ensemble	4 170 700	18 418 825	139 675 723	7,58	11 585

Source : INSEE Languedoc-Roussillon

Nombre de salariés dans l'hôtellerie de plein air, en fonction de l'âge et de la saisonnalité, 2001

Ensemble des catégories d'emploi					
	Moy.année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
<18 ans	431	845	1 619	329	136
18-25 ans	3027	5 708	10 360	2 606	1 112
26-35 ans	2500	3 681	4 896	2 871	1 656
36-60 ans	5338	6 881	8 095	6 071	4 236
61 et plus	289	325	378	290	264
Ensemble	11 585	17 440	25 348	12 167	7 404

Saisonniers, contrats de 8 mois					
	Moy.année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
<18 ans	82	144	150	139	38
18-25 ans	287	515	502	524	125
26-35 ans	411	751	751	751	168
36-60 ans	664	1 213	1 213	1 212	271
61 et plus	17	27	25	28	11

Saisonniers d'été, contrats de 5 mois					
	Moy.année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
<18 ans	245	589	1 356	78	0
18-25 ans	1734	4 161	3 745	1 105	0
26-35 ans	559	1 342	2 528	551	0
36-60 ans	615	1 477	2 683	673	0
61 et plus	31	74	128	37	0

Salariés permanents					
	Moy.année	Saison été	Haute saison	Basse saison	Hors saison
<18 ans	25	25	25	25	25
18-25 ans	592	605	613	600	582
26-35 ans	1133	1125	1125	1125	1139
36-60 ans	3181	3176	3150	3194	3185
61 et plus	231	225	225	225	236

Source : INSEE Languedoc-Roussillon

ANNEXES V – LES INVESTISSEMENTS

Evolution des investissements dans l'Hôtellerie de plein air

REMARQUE : Ces données sont des chiffres de fin d'année (chiffres 2002 relevés fin 2002)

Tabl.1 : Parc et Equipements, 1992 à 2002

Nombre	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Emplacements	874 471	883 517	875 308	878 704	889 566	917 989	912 630	923 063	930 274	942 260	934 373	933 925
*	68 430	72 497	71 476	69 384	72 726	80 813	85 139	88 068	91 423	88 857	88 960	84 036
**	416 059	409 901	407 579	403 944	397 687	386 868	380 262	375 928	370 666	371 904	360 480	345 926
***	246 338	249 666	254 565	259 477	265 190	287 048	286 310	293 044	299 619	303 318	310 419	316 866
****	111 200	113 016	116 271	119 567	126 441	143 737	148 287	153 242	155 749	156 746	158 001	166 813
autres	32 444	38 437	25 417	26 332	27 522	19 523	12 632	12 781	12 817	21 435	16 513	20 284
Mobil-homes	17 452	18 062	19 292	21 772	25 192	29 906	36 406	44 785	55 585	68 626	84 373	102 409
HLL (chalets, bungalows)	1 175	2 035	2 495	2 593	2 697	4 670	8 087	14 004	19 000	22 000	22 139	22 279
Piscines	1 856	1 932	2 011	2 093	2 178	2 267	2 359	2 458	2 562	2 670	2 783	2 900
Tennis	1 733	1 790	1 849	1 910	1 972	2 037	2 104	2 115	2 127	2 139	2 150	2 162
Restauration	3 820	3 793	3 765	3 737	3 710	3 682	3 655	3 678	3 701	3 724	3 747	3 770

Tabl.2 : Evolution des capacités et de l'équipement des terrains

Nombre	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Emplacements		9 046	-8 209	3 396	10 862	28 423	-5 359	10 433	7 211	11 986	-7 887	-448
Mobil-homes		610	1 230	2 480	3 420	4 714	6 500	8 379	10 800	13 041	15 747	18 036
HLL (chalets, bungalows)		860	460	98	104	1 973	3 417	5 917	4 996	3 000	139	140
Piscines		76	79	82	85	89	92	99	104	108	113	117
Tennis		57	59	61	62	65	67	11	12	12	11	12
Restauration		-27	-28	-28	-27	-28	-27	23	23	23	23	23

Tabl.3 : Investissements (création + maintenance)

M€	Coût moyen (€)	Entretien	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Emplacements (1)	1 372	4%	60,40	48,49	52,70	63,13	87,82	50,38	64,40	60,55	67,50	51,71	51,28	55,77	55,97	51,62
Mobil-homes (2)	12 000	0%	7,32	14,76	29,76	41,04	56,57	78,00	100,55	129,60	156,49	188,96	216,43	250,80	302,83	365,69
HLL	15 000	0%	12,90	6,90	1,47	1,56	29,60	51,26	88,76	74,94	45,00	2,09	2,10	0,00	0,00	0,00
Piscines	100 000	4%	15,02	15,63	16,24	16,87	17,61	18,27	19,34	20,23	21,05	21,98	22,83	36,60	173,60	39,14
Tennis	35 000	4%	4,42	4,57	4,72	4,84	5,04	5,20	3,33	3,38	3,40	3,38	3,43	3,87	7,33	3,65
Restauration	20 000	4%	3,06	3,03	3,01	2,99	2,97	2,95	3,38	3,40	3,42	3,44	3,46	3,48	3,51	3,53
TOTAL INVESTISSEMENTS			103,12	93,38	107,91	130,43	199,59	206,04	279,75	292,11	296,86	271,56	299,53	350,52	543,25	463,63
Indice de prix FBCF base 100 en 1995			99,3	99,6	100,2	100,0	100,9	101,2	101,4	101,3	103,6	105,2	106,5			
Indice de prix FBCF base 100 en 2002			93,231128	93,47001	94,04545	93,8583	94,66644	94,97985	95,13133	95,0948	97,24667	98,724326	100			
Investissements Hôtellerie de plein air en M€ courants			96,1	87,3	101,5	122,4	188,9	195,7	266,1	277,8	288,7	268,1	299,5	305,1	310,7	316,5

(1) 3000 F/lit soit 9000F/emplacement ou 1372€/emplacement

(2) Entre 12 196€ (80 000F) et 15245