

Patrimoine

Moins fines qu'une approche patrimoniale, les différentes méthodes globales d'estimation (chiffre d'affaires, rentabilité, comparative et financière) offrent un complément utile dans le processus de détermination de la valeur d'un camping.



ÉVALUATION D'UN CAMPING : LES MÉTHODES GLOBALES ET FINANCIÈRES

Dans la pratique, les propriétaires de terrains de camping font rarement appel à un professionnel pour évaluer leur terrain. Les agences immobilières spécialisées constatent fréquemment que les propriétaires ont une méthode d'estimation personnelle et subjective qui consiste à additionner l'ensemble de leurs investissements sans tenir compte des amortissements et de ce que cela leur a rapporté. Les méthodes patrimoniales présentées dans notre article de *LOT* n° 295 de mai 2010, qui valorisent le terrain en deux étapes (immobilier et fonds de commerce), restent compliquées à appréhender par les vendeurs : ceci explique l'existence de méthodes globales simplifiées pour permettre une valorisation rapide des terrains.

Ces évaluations qui rentrent dans le cadre des méthodes analogiques ou de comparaison (cf. *LOT* n° 296, juin 2010) et qui reposent sur le principe que des biens comparables sont négociables au même prix, restent risquées et peu adaptées aux campings si l'on ne retient que celles-ci. Ces méthodes ne se substituent donc pas à une évaluation précise d'un terrain de camping mais elles permettent d'apprécier le marché afin d'opérer une sélection objective des offres dans leur environnement. Il existe de nombreuses méthodes globales. Les principales techniques s'appuient sur :

- le chiffre d'affaires ;

- la rentabilité et l'excédent brut d'exploitation ;
- des méthodes comparatives (nombre d'emplacements) ;
- des méthodes financières.

Méthode basée sur le chiffre d'affaires

Pour cette méthode, il faut préalablement savoir si la vente concerne simplement le fonds de commerce ou l'ensemble "foncier et fonds de commerce".

► Pour le fonds de commerce

Acheter un fonds de commerce, c'est acheter l'activité du camping, son chiffre d'affaires. Au regard des ventes réalisées ces dernières années, la vente peut se faire sur une valeur de deux fois son chiffre d'affaires "prestations", auquel on rajoute la valeur moyenne des mobile-homes et chalets existants. Cependant, certains facteurs spécifiques peuvent faire varier ce coefficient.

- Facteurs majorants :
 - situation géographique exceptionnelle ;
 - nombre d'étoiles ;
 - surface du terrain importante par rapport au nombre d'emplacements (surface par emplacement importante et supérieure aux normes en vigueur) ;

➡ p. 90



Par BRUNO RAVARD et OLIVIER GAUTRON

Experts-comptables au bureau des Sables-d'Olonne du cabinet Fidea, Bruno Ravard et Olivier Gautron ont développé une spécialisation HPA. Leur objectif : accompagner les propriétaires et les repreneurs dans la gestion, mais également dans la vente et la reprise de campings.

- qualité intrinsèque du terrain supérieure à la moyenne (présence d'étangs, de bois, accès direct à la plage, qualité de l'électrification des lots, assainissement au tout-à-l'égout, etc.) ;
- développement important possible (extension, transformation des parcelles).

Plus ces facteurs seront présents, plus le coefficient multiplicateur tendra vers 3, voire plus.

➔ Pour la valeur du foncier + fonds de commerce

En règle générale, un hôtel de plein air, correctement exploité dans un secteur côtier, doit pouvoir se vendre en toute propriété environ cinq fois son chiffre d'affaires moyen "hébergement" des trois dernières années majoré de la valeur des mobile-homes et chalets utilisés par le camping. Ce ratio aura tendance à diminuer :

- si le camping se situe à l'intérieur des terres,
 - la valorisation tendra vers 4 à 4,5.
- Si le chiffre d'affaires est déjà très important (plus de 750 K€),
 - en effet, plus le chiffre d'affaires est important plus le coefficient sera diminué. Ainsi sur des campings réalisant plus de 1 million d'euros de chiffre d'affaires, la valorisation se calculera avec un coefficient de 3 à 3,5.
- Si le terrain ne présente pas de capacités de développement importantes,
 - en revanche, dans le cas contraire, plus le potentiel du terrain est important, plus le coefficient pourra tendre vers 5, voire plus.
- Si le terrain est faiblement étoilé,
 - un camping faiblement étoilé présente fréquemment un niveau d'équipement inférieur à la demande actuelle. Cela peut entraîner l'obligation pour le repreneur de réaliser des travaux importants pour mettre à niveau "commercial" le terrain. Un coefficient moindre (3 à 4) sera alors utilisé.

En revanche, ce ratio devra être utilisé avec mesure dans le cas des terrains réalisant de faibles chiffres d'affaires (inférieur à 200 K€). Dans ce cas, le coefficient n'est pas applicable car l'application d'un coefficient de 5 ferait que le prix trouvé serait inférieur à la seule valeur du foncier. Ainsi, il n'est pas rare de trouver des coefficients de 6 à 7 pour la valorisation des petits terrains.

Méthode basée sur la rentabilité

L'évolution du marché de l'hôtellerie de plein air a mis en avant un développement important des locatifs dans les terrains. Ceci a entraîné une hausse très significative des chiffres d'affaires. Ainsi, les fonds de commerces prennent de la valeur et davantage d'importance par rapport à

l'assiette foncière du camping. Alors l'évaluation sur le simple chiffre d'affaires ne semble pas suffisante pour avoir une idée précise de la valorisation réelle du fonds de commerce. De plus, la crise financière a entraîné une redistribution des cartes parmi les candidats à l'achat d'un terrain de camping. La relative "méfiance" des banques sur la rentabilité des affaires achetées entraîne une tension sur la valorisation et le niveau des apports demandés. Les organismes bancaires vont aujourd'hui, encore plus qu'auparavant, financer des affaires présentant des excédents bruts d'exploitation, suffisants pour assurer le remboursement de l'emprunt et le financement des investissements à venir.

Ainsi, la **valorisation d'un terrain de camping** peut être approchée par le niveau d'Excédent brut d'exploitation retraité (EBE + loyer immobilier + redevances de crédit-bail).

Pour la **valorisation d'un fonds de commerce**, on appliquera un coefficient de 4 à 5 à l'EBE retraité. Les caractéristiques propres au terrain pourront influencer en plus ou en moins sur le coefficient retenu.

Pour la **valorisation de la totalité des actifs d'un terrain de camping**, on appliquera un coefficient de 10 à 12 à l'EBE retraité. Les caractéristiques propres au terrain (terrain faiblement étoilé, terrain avec un faible chiffre d'affaires...) pourront entraîner l'utilisation d'un coefficient supérieur.

Méthode comparative

(nombre d'emplacements)

Comme précisé dans l'article sur la méthode analogique (cf. *L'OT* n° 296, juin 2010), la méthode comparative pour fixer la valorisation d'un terrain de camping doit être utilisée avec parcimonie et peut être peu adaptée, voire risquée. En effet, chaque terrain possède des spécificités qui compliquent toute tentative de comparaison. Pourtant, cette méthode basée sur une valeur à l'emplacement est fréquemment utilisée pour approcher la valeur d'un terrain de camping. En effet, on remarque que les campings qui ont un nombre d'emplacements équivalent proposent souvent des prestations qui se ressemblent, la valorisation par comparaison prend alors tout son sens pour les propriétaires. Ainsi, suivant la classification du terrain, une valeur globale du terrain sera obtenue en multipliant le nombre d'emplacements par une valeur moyenne de l'emplacement auquel sera rajoutée la valeur moyenne des mobile-homes et chalets qui sont la propriété du camping ou financés par crédit-bail. Les différentes transactions ayant eu lieu dans les dernières années sur le secteur ➔ p. 92

Évaluation d'un camping

L'OT a déjà publié...

- ✓ Le diagnostic juridique (n° 291, janvier 2010).
- ✓ Le diagnostic économique (n° 292, février 2010).
- ✓ Le diagnostic réglementaire (n° 293, mars 2010).
- ✓ L'approche patrimoniale (n° 295, mai 2010).
- ✓ La méthode analogique (n° 296, juin 2010).

littoral de la Vendée et de la Loire-Atlantique montrent que les valeurs moyennes par emplacement se situent (hors valeur des mobile-homes) :

Pour les terrains 4 étoiles

valeur basse	13 000 €
valeur moyenne	14 000/15 000 €
valeur haute	18 000 €

Pour les terrains 3 étoiles

valeur basse	8 000 €
valeur moyenne	10 000/12 000 €
valeur haute	5 000 €

Cette méthode ne permet d'avoir qu'un ordre d'idées. La typologie d'un camping étant très spécifique et les niveaux d'équipements étant tellement différents d'un camping à l'autre que cette méthode n'est pas un moyen pour fixer le niveau de prix du terrain mais pour situer la valeur de transaction sur le marché. De plus, pour les terrains faiblement étoilés (de une à deux étoiles), les disparités entre les terrains et les valeurs d'opportunité que constituent parfois pour un repreneur la reprise de ces terrains, font que cette valorisation n'est pas adaptée.

Valorisation sur **des bases financières**

Évaluation par l'approche financière – méthode empirique

Cette méthode consiste à déterminer le prix qu'un acquéreur potentiel, disposant d'un apport minimum, serait susceptible de proposer pour pouvoir équilibrer son exploitation et rembourser ses emprunts, et ce, dans le cadre du potentiel de développement de l'entreprise et d'une exploitation normale.

L'excédent brut d'exploitation reconstitué des éléments exceptionnels et des charges retraitables des trois derniers exercices identifiera la capacité contributive de l'entreprise.

On estime que l'apport de l'acquéreur doit être compris entre 30 et 50% du montant global du prix d'acquisition. Il est donc possible de déterminer les valeurs plancher et maximales du terrain de camping. Par exemple :

pour un camping dégageant un EBE retraitée de 350 000 à 380 000 €, le montant du remboursement des échéances d'emprunt ne doit pas dépasser 300 000 €.

Eu égard à la quote-part importante de la valeur du foncier dans le prix d'un terrain d'hôtel de plein air (2/3), l'endettement s'envisage sur une durée de quinze ans pour le foncier et de sept ans pour la valeur nette comptable du matériel apparaissant à l'actif du bilan. On considère en effet que la part d'apport personnel du repreneur peut être affectée en totalité au financement du fonds de commerce. Ainsi, si par exemple la valeur nette comptable du matériel repris est évaluée à 200 000 € et que ce matériel est financé sur sept ans, le montant des échéances annuelles va être de 34 K€ avec un taux d'intérêt de 4,5%. Il reste un solde disponible de $300 - 34 = 266$ K€. Ce qui correspond au remboursement annuel d'un prêt de 2 700 K€ sur quinze ans.

Le montant de l'endettement serait donc de :

- Valeur du matériel : 200 K€
- Prêt principal : 2 700 K€
- Valeur totale de l'endettement : 2 900 K€

L'apport du repreneur devant se situer entre 30 et 50% du prix total de l'affaire, la valeur financière du terrain pourrait être comprise entre :

Valeur basse (30% d'apport) :
 $2\,900 \text{ €} (100\% - 30\%) = 4\,200 \text{ K€}$
 ⇒ apport de 1 300 K€

Valeur moyenne (40% d'apport) :
 $2\,900 \text{ €} (100\% - 40\%) = 4\,800 \text{ K€}$
 ⇒ apport de 1 900 K€

Valeur haute (50% d'apport) :
 $2\,900 \text{ €} (100\% - 50\%) = 5\,800 \text{ K€}$
 ⇒ apport de 2 900 K€

Cette méthode doit être adaptée à l'importance de la cible. Plus le terrain envisagé est important, plus la part d'autofinancement demandée sera faible en pourcentage. *A contrario*, plus le camping est petit, plus la demande d'autofinancement sera importante. ■

Ce qu'il faut retenir

Ces différentes méthodes globales, si elles apparaissent comme étant moins approfondies qu'une méthode patrimoniale et bien plus faciles d'application, ne doivent pas être ignorées. Elles peuvent être intégrées dans le processus de détermination de la valeur approchée d'un terrain pour se permettre d'avoir une opinion sur la cohérence du prix demandé. Mais bien évidemment, elles ne peuvent, à elles seules, permettre de déterminer le prix d'un terrain.

CONCEPTION • VENTE • SERVICE APRÈS VENTE



Contrôler l'utilisation des douches, lave linge... Avec le minuteur jeton/badge



Dosettes de lessive, préservatifs, confiseries, boissons, ... Avec le Distributeur de Techno Money



TECHNO MONEY

06 80 87 16 70
06 25 56 42 46

contact@techno-money.fr
www.techno-money.fr