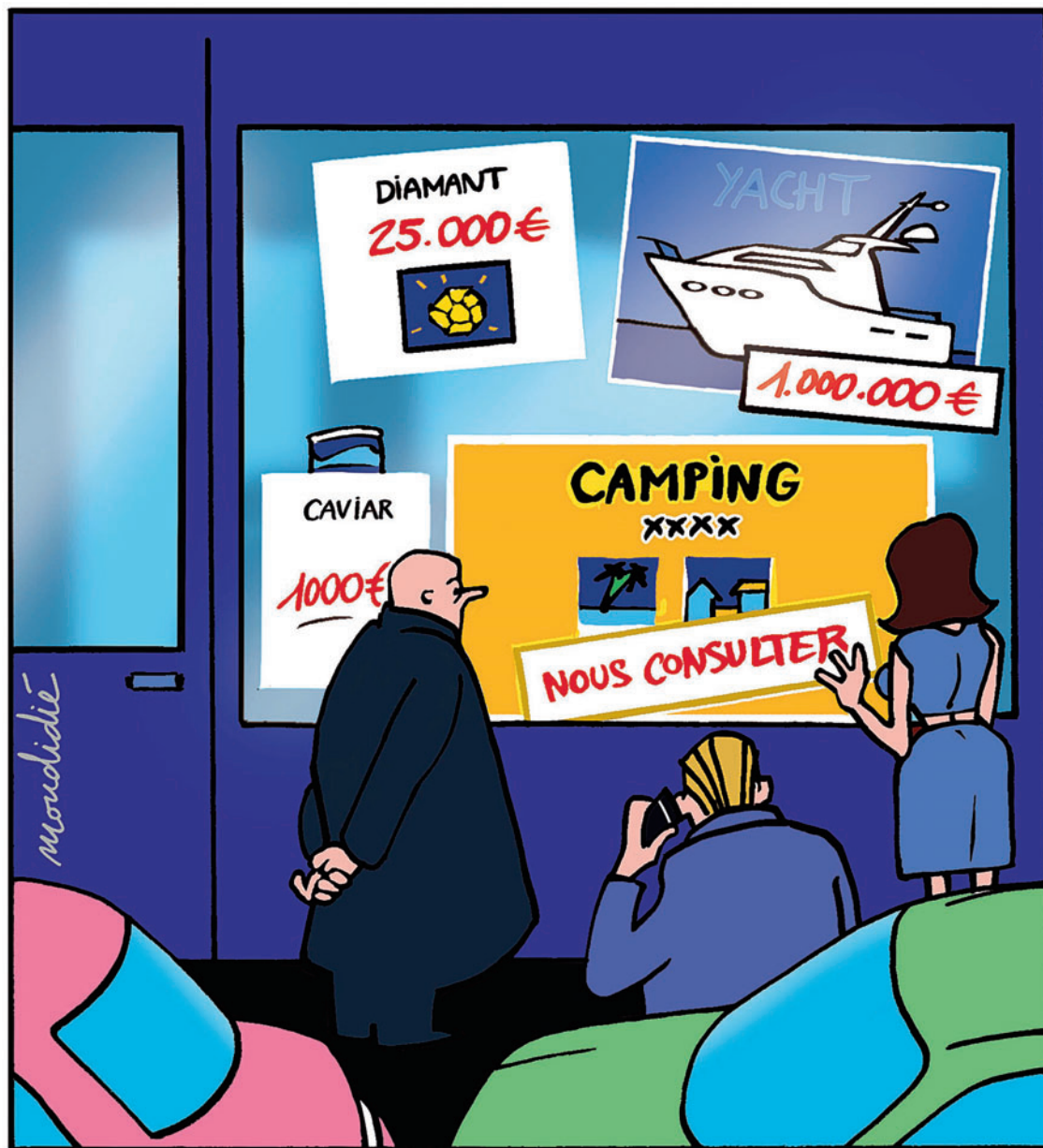


Du doux rêve à la réalité

Avec 90 % des acheteurs de campings issus de l'hôtellerie de plein air, le secteur immobilier du camping semble ne vouloir fréquenter que son milieu... Ce n'est pas faute de candidats à l'achat de terrains, mais plutôt à la méfiance des banques qui, depuis fin 2008, refusent de prendre le moindre risque.



Les agents immobiliers spécialisés dans le secteur du camping sont tous unanimes: la crise financière a entraîné une redistribution des cartes parmi les candidats à l'achat de camping. Aujourd'hui, ce sont les professionnels issus du milieu de l'hôtellerie de plein air qui ont l'aval des banques, ainsi que les personnes ayant une solide expérience de gestion d'entreprise dans un autre secteur. « On est aujourd'hui sur un marché tendu », observe Jean-Marc Crépellière de l'agence France Transactions Camping située dans le Maine-et-Loire, « l'année 2009 a été difficile, même si on a observé une embellie entre octobre et décembre. Il y a eu en effet plus de dossiers étudiés au cours du dernier trimestre. Mais depuis janvier, la rigueur est de retour. Paradoxalement, nous sommes sur un

marché en croissance, mais les banques appliquent les critères de l'industrie. Elles recherchent en effet de la rentabilité pure et dure, elles ne veulent que de la marge. »

Redistribution du marché

Bien qu'il n'y ait aucun chiffre précis pour l'affirmer, les principaux observateurs du marché immobilier du camping estiment qu'une bonne centaine de campings changent de main chaque année. Les ventes en direct, sans l'intermédiaire d'une agence immobilière, seraient de l'ordre de 10 à 20 % grand maximum. Ces estimations sont les mêmes aujourd'hui qu'avant la crise. Ainsi, ce n'est pas tant le nombre de transactions qui a changé que le profil des acquéreurs. Avec moins de 9 000 campings en France, ce marché reste

une niche qui trouve beaucoup plus de candidats à l'achat qu'à la vente. Les propriétaires de campings ne voient donc pas la nécessité de baisser les prix, malgré l'insistance des banques qui refusent désormais de soutenir les « petits » apports. « A mon avis, cette situation va au détriment de la profession, car elle empêche d'apporter « du sang neuf ». Les critères extrêmement rigoureux des banques provoquent en effet un grand découragement des particuliers qui viennent d'un autre secteur économique et qui ne parviennent pas à acquérir la confiance des banquiers. Aujourd'hui, 90 % des acquéreurs que l'on voit passer, sont déjà propriétaires de campings », constate Jean-Marc Crépellière. « On n'a en effet jamais travaillé avec autant de professionnels de l'HPA », confirme Sébastien Cantais qui gère le Cabinet Cantais dans l'Hérault, « le camping est devenu un produit de luxe que les particuliers ont du mal à s'offrir ».

Estimation sentimentale

Parmi les acheteurs issus de l'hôtellerie de plein air, il y a ceux qui revendent leur camping pour en acheter un plus gros et ceux qui achètent leur 2^e,

« Le camping est devenu un produit de luxe difficile à s'offrir »

3^e voire 5^e ou 6^e terrain... C'est également eux qui peuvent se permettre de racheter des petits terrains sous équipés pour les annexer à un autre camping.

Le marché des vendeurs reste quant à lui toujours à peu près le même. Ce sont des gens qui atteignent la retraite ou bien veulent changer de camping. « Il faut d'ailleurs s'attendre à ce que d'ici 5 ans, beaucoup de campings en Vendée soient mis en vente. Car la moitié des propriétaires de ce département ont aujourd'hui plus de 50 ans! », remarque Jean-Marc Crépellière. Généralement, les propriétaires de campings ont une notion surfaite de la valeur de leur bien. « Le vendeur a toujours le château de Versailles à vendre! C'est difficile de lui remettre les pieds sur terre », constate Jean-Luc Louin du Cabinet Espace Océan à Pornic. Mais pour estimer la valeur d'un camping, il y a surtout les chiffres très parlants des bilans comptables sur lesquels s'appuient les banquiers et qui détermineront leur niveau de confiance dans le projet...

Qu'est ce que l'excédent brut d'exploitation ?

Aujourd'hui, les banques recherchent une garantie financière chez les porteurs de projets. Celle-ci est davantage équivalente aujourd'hui à 50 % qu'à 30 % comme par le passé. Il faut donc apporter la moitié du prix d'un camping pour avoir une chance d'être suivi par les banques. Mais dans la réalité, les banquiers prennent en compte tout un ensemble de critères.

« Les banques prêtent sur des affaires financières. Elles voient tout de suite si l'excédent brut



Tout ce qui est bien situé, se vend bien, quel que soit son état.

d'exploitation (EBE) va permettre à l'acquéreur de rembourser son emprunt. C'est l'EBE qui va déterminer l'apport », explique Franck Dalbe, ancien gestionnaire de camping et PDG de l'agence Azur Ocean Immobilier basée au Teich en Gironde. « Ainsi, même si on a un apport très important, on peut se voir refuser un emprunt », précise Jean-Marc Crepellière. Pour rassurer un banquier, l'EBE doit se situer entre 35 et 40 %. Car en dessous, l'entreprise risque de perdre sa capacité à financer ses investissements et rembourser ses emprunts. Au-delà de 40 %, le banquier pourrait considérer que l'entreprise n'investit pas assez et vit trop sur ses acquis.

400 000 euros minimum, sinon rien...

« Il y a 4 ou 5 ans, des gens ont acheté un camping beaucoup trop cher avec un apport insuffisant et se trouvent aujourd'hui en difficulté. Or, nous ne sommes pas là pour amener les acheteurs dans la difficulté », précise Jamy Robert d'Immobat. « La majorité des gens qui nous appellent ont 300 000 euros d'apport. Mais à ce prix-là, on n'a rien », remarque Pierre-Jean Mauvin de l'agence Concerto basée à Fréjus dans le Var. A ce niveau d'apport, les banquiers ne prêtent pas, puisque ce montant ne correspond même pas à 50 % du prix le plus bas d'un camping. « Les campings sont des affaires qui commencent au million d'euros et vont parfois jusqu'à 30 millions! », remarque Jean-Luc Louin. « Avec un apport de 400 000 euros, je peux encore trouver des affaires que l'on vend 800 000 euros qui sont en bon état, ont une comptabilité saine et de belles perspectives de développement », précise Jamy Robert.

Les campings sont-ils trop chers? C'est a priori ce que pensent les banques qui voudraient voir les prix baisser. « Le prix réel des campings n'est pas à la baisse, car d'une part il y a toujours moins de vendeurs que d'acheteurs, et d'autre part, il n'y a quasiment plus de création de campings, donc l'offre ne s'accroît pas. Mais il est évident que certains excès ont été stoppés », remarque Sébastien Cantais. « Ce qui a fait augmenter la valeur du camping, c'est le nombre important de demandes

dans les années 90. Cela a renforcé le positionnement des vendeurs qui ont augmenté leurs prix », précise Jamy Robert. A cette époque, tout le monde voulait acheter un camping, un métier a priori facile avec une faible charge de travail.

Vendre en deux temps : le fond de commerce puis les murs

Pour pallier les difficultés de transactions liées à la crise, il existe une autre solution qui sert à la fois les vendeurs et les acquéreurs : la vente séparée du fonds de commerce et des murs. On estime généralement que le fonds de commerce et les murs sont de valeur égale. Il est ainsi plus facile pour un « petit » porteur de projet de mettre le pied dans le secteur du camping quand il n'a que la moitié du prix du terrain à sortir de sa poche. « Je pense que c'est une tendance qui va se développer »,

« Le prix des campings ne baisse pas, mais les excès ont stoppé »

estime Jean-Pascal Guérandel, PDG de l'agence Ades Activités dans le Calvados, et gérant de trois campings en Normandie. « Les propriétaires de campings veulent généralement vendre la totalité du terrain. Mais une fois qu'ils ont empoché un ou plusieurs millions, ils vont placer cet argent à moyen terme à un taux de 3 % maximum auquel il faudra retrancher la fiscalité. En revanche, avec la seule vente du fonds de commerce, le propriétaire va pouvoir toucher un revenu régulier sur les murs et avoir une rente garantie à vie ». Si cette solution a toujours existé, elle n'a pas encore amorcé le développement qu'on lui prédit. « Il y en a un peu plus que dans le passé, mais il n'y en a pas encore assez et on ne comprend pas pourquoi il n'y en a pas plus », remarque Jamy Robert, « on a des fonds de commerce à vendre, mais que dans les petits prix. Il en faudrait dans les grands prix... ». Les banques financent

généralement le fonds de commerce sur 7 ans et les murs sur 15 ans.

Des initiatives pour aider les futurs acquéreurs

Pour soutenir le marché, les agences immobilières mettent en place des initiatives qui portent leurs fruits. Dans le Calvados, l'agence Ades Activités accompagne les acquéreurs qui en font la demande pendant un ou deux ans. « L'objectif est de leur apporter l'appui et les conseils dont ils ont besoin dans leur nouvelle activité, leur fait connaître les tour-opérateurs, les marchands de mobil-homes... », précise Jean-Pascal Guérandel.

Dans l'Hérault, le cabinet Cantais organise deux fois par an depuis 14 ans, un séminaire de deux jours pour les candidats à l'acquisition de camping. Ainsi au mois de mai puis au mois de novembre, plus d'une cinquantaine de personnes s'inscrivent à ce séminaire où sont abordés plusieurs thèmes liés au secteur de l'hôtellerie de plein air : choisir entre acheter, créer ou remonter un camping, connaître l'évolution du marché et l'avenir de la profession, la réglementation actuelle, les différents hébergements locatifs qui existent sur le marché, l'urbanisme en matière de camping... Les participants se voient également éclairés sur les différents modes juridiques d'exploitation et leurs incidences, et reçoivent des conseils avisés en matière de négociation, d'acte de vente, de financements, de valorisation du patrimoine et vont jusqu'à étudier en détail quelques bilans types.

Dans le Maine-et-Loire, le cabinet France Transactions Camping va jusqu'à soutenir financièrement certaines acquisitions. « Nous avons créé en effet une autre société qui prend des partenariats avec des campings pendant un à deux ans. C'est une façon d'aider des jeunes dans le métier à s'installer », explique Jean-Marc Crepellière, « Quand un acheteur ne peut pas apporter plus de 40 % du financement, il paie une grosse partie du fonds de commerce avec cet apport auquel s'ajoute notre participation qui permettra de décrocher l'aval du banquier pour un emprunt déterminé. Quant au foncier, il reste la propriété du vendeur qui touchera dessus un loyer. Au bout de deux ans, l'acheteur sera en mesure de racheter le foncier. C'est une opération en deux temps ».

Il existe également plusieurs moyens de se former à la gestion d'un camping pour les personnes qui envisagent de se lancer dans le secteur (voir notre dossier sur la formation dans le numéro 121), notamment la formation dispensée par la CCI de Vendée et dans laquelle interviennent Jean-Marc Crepellière pour le module « Agence immobilière » et les experts-comptables du cabinet Fidea pour les modules « contrôle de gestion », « reprise d'un camping » et « gestion sociale ». Près d'un an et demi après le début de la crise financière, certains agents immobiliers spécialisés dans le camping affichent une certaine sérénité : « On attaque très fort l'année 2010 avec 7 ventes réalisées depuis janvier dans le grand sud », déclare Pierre-Jean Mauvin pour l'agence Concerto. Chez Azur Ocean Immobilier, Franck Dalbe est également très confiant avec plusieurs signatures prévues. Chez d'autres, la prudence règne, mais la confiance domine grâce aux nombreuses initiatives qu'ils ont mises en place pour soutenir le marché et accompagner tous les porteurs de projets réalistes. ■

Antoinette de PRÉVOISIN