

## CINQ MÉTHODES POUR DÉTERMINER LA

**Connaître le prix de son terrain est une nécessité. Et un exercice à faire et refaire régulièrement. Pour garder les pieds sur terre et la tête froide.**

Par Olivier Gautron

Entre 2 et 3% des terrains de camping changent de mains chaque année. On est au départ dans un modèle déséquilibré avec peu de vendeurs et un nombre d'acquéreurs potentiels toujours aussi important. Mais la crise nous rattrape et il devient de plus en plus difficile de financer les acquisitions d'un camping. Les modalités de reprise des terrains (de plus en plus fréquemment le rachat des parts) ne facilitent pas la mise en œuvre de financement en adéquation avec les durées nécessaires à un équilibre financier (il est difficile de mettre en place des durées de financement de parts sociales supérieures à dix ans). Dans ce contexte, que vaut un terrain de camping ? Est-ce le prix de la dernière annonce passée, de la dernière transaction connue ou de la valeur du cam-

ping voisin cédé ? Ou est-ce le prix du potentiel de développement ou encore le cumul des investissements réalisés ? Tout cela nous conduit-il bien au "juste prix" ?

Bien que nous soyons dans un secteur où "l'affectif" prend une place importante, il faut se rapprocher des fondamentaux de la cession d'entreprise. Le vendeur doit être en mesure de faire le lien entre "ce que je possède" et "ce que cela me rapporte", tout en gardant en mémoire qu'un terrain ne peut bien se vendre qu'en relation avec sa capacité à pouvoir rembourser le prix de son acquisition. Tout cela permettra d'obtenir un prix objectif et rationnel : tout vendeur doit pouvoir se positionner entre un prix "affectif" et un prix "raisonnable" pour obtenir un prix "raisonné". Pour cela,



## LA VALEUR DE SON CAMPING

il faut avoir en mémoire le processus de fixation d'un prix de transaction qui mène l'acheteur et le vendeur, au travers de méthodes d'évaluation plus ou moins établies, à déterminer un prix de négociation (cf. graphique 1 page suivante).

Mais le prix, déterminé principalement à partir d'éléments financiers et comptables, dépendra également des critères qualitatifs intrinsèques au terrain (diagnostic qualitatif du terrain). Ceux-ci permettront de positionner le terrain de camping par rapport à son marché et à sa concurrence et ainsi majorer ou minorer la valeur obtenue par l'application de méthodes mathématiques et financières. Ces principaux critères sont :

- l'emplacement géographique (niveau d'opportunités touristiques, accessibilité du camping, dis-

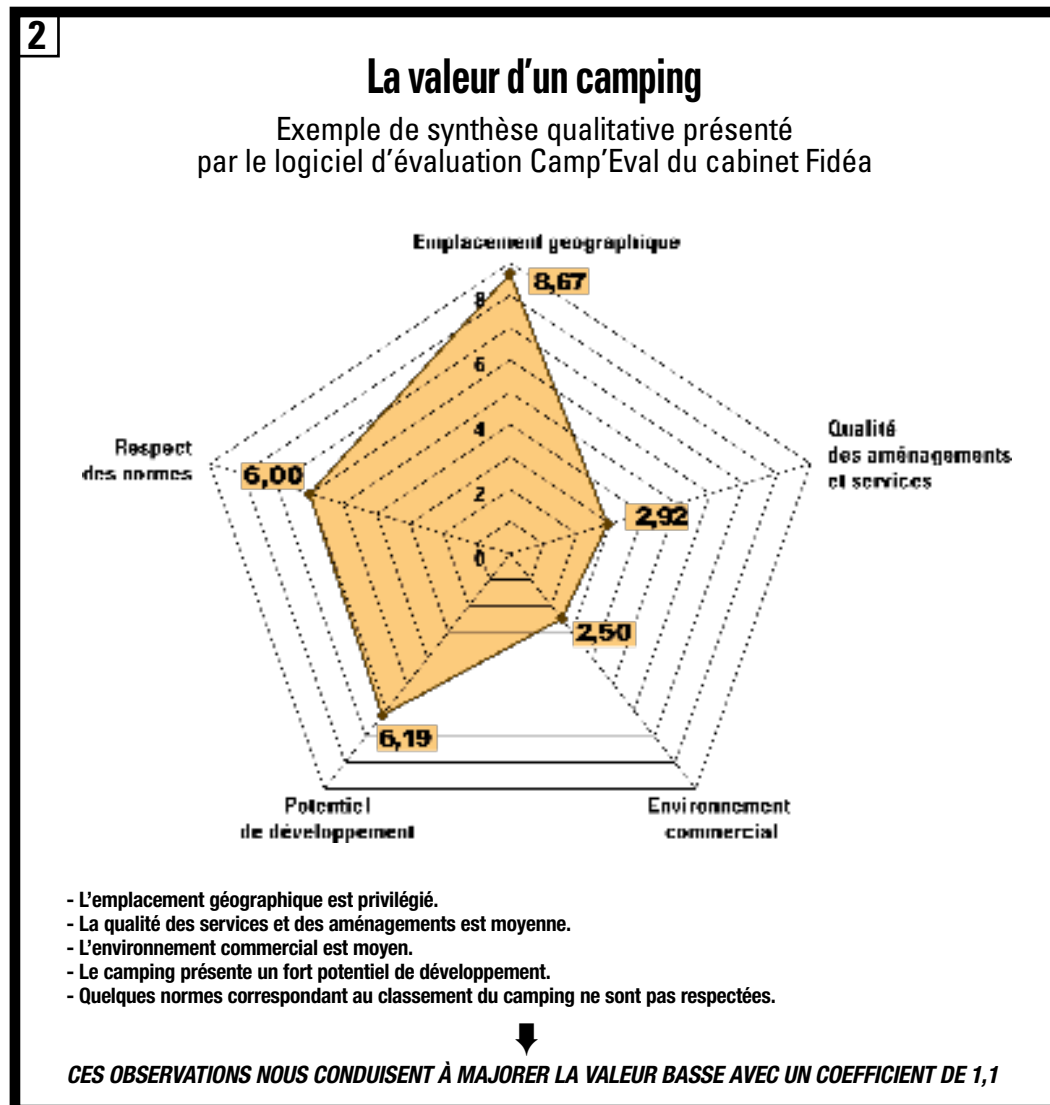
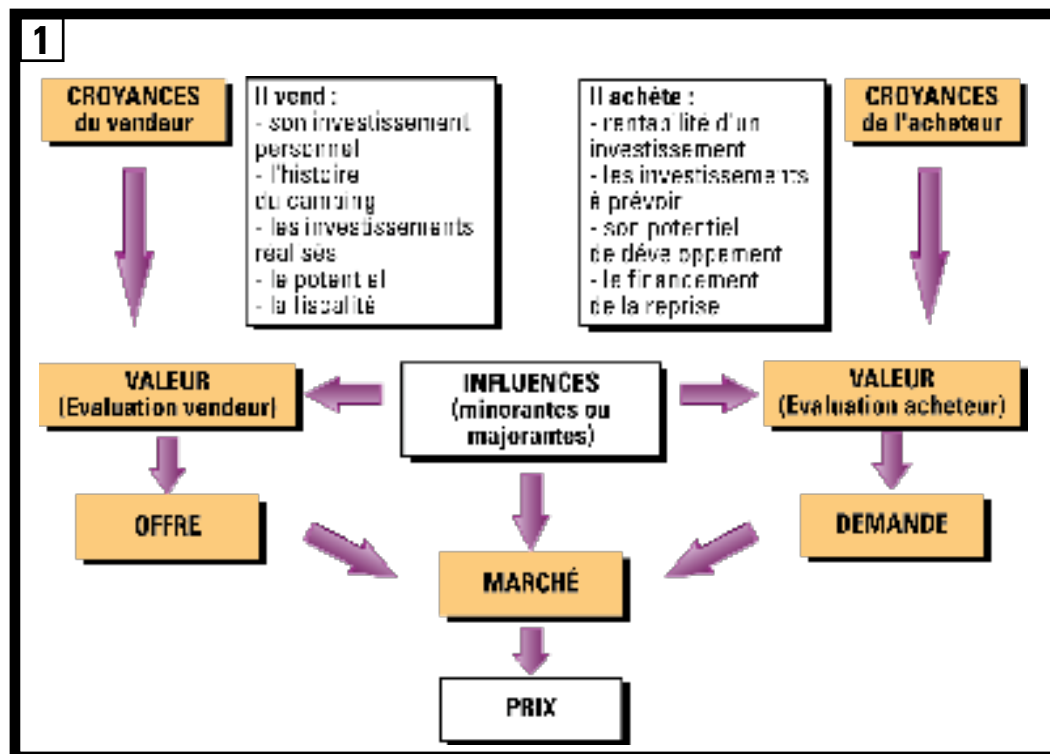
tance de la plage ou d'un site touristique remarquable) ;

- la qualité des aménagements et services (surface moyenne des parcelles, pourcentage de parcelles viabilisées, niveau des services offerts, développement de l'aspect écologique et développement durable) ;
- l'environnement commercial du camping (équilibre dans la répartition de la clientèle, évolution des performances du terrain, moyens de commercialisation, taux d'occupation) ;
- le potentiel de développement (possibilité d'agrandissement, possibilité de redistribution des parcelles, part d'emplacements nus) ;
- le respect des normes imposées par le classement (cf. graphique 2 page suivante).

➡ p. 14



**Olivier Gautron, expert-comptable et associé du cabinet Fidéa.**  
Il est l'auteur d'un mémoire sur la reprise d'un terrain de camping (audit technique, commercial, évaluation et montage financier).



L'hôtel de plein air est un établissement difficile à évaluer en raison du caractère composite de son exploitation. Il comprend généralement :

- des éléments corporels composés principalement du terrain, des agencements et immeubles, du matériel, du mobilier, des outillages ainsi que des outils locatifs ;
- des éléments incorporels comprenant éventuellement le droit au bail, la clientèle, c'est-à-dire le droit d'exploiter un camping, une licence de débit de boissons.

Il s'agit donc d'évaluer cette entreprise à partir des éléments comptables qui, pour certains, resteront à leur valeur originelle et, pour d'autres, devront être réévalués à la valeur vénale réelle à la date choisie. Cette méthode d'évaluation peut être identifiée comme une méthode patrimoniale. Cependant, la réalité des transactions montre que de nombreuses autres méthodes que nous pouvons appeler "globales" sont utilisées pour valoriser de façon plus rapide un terrain de camping. Ces différentes méthodes, si elles apparaissent comme étant moins approfondies, ne doivent pas être ignorées. Elles doivent être intégrées dans le processus de détermination de la valeur approchée du terrain. Dans un premier temps, une approche patrimoniale sera donc envisagée pour ensuite appliquer les autres méthodes utilisées dans le secteur de l'hôtellerie de plein air. Une étude comparative des différentes méthodes pourra alors permettre d'avoir une opinion sur la cohérence du prix demandé. Les différentes méthodes présentées postérieurement permettent d'approcher la valeur des actifs du terrain de camping. Si la cession envisagée concerne les titres de la société propriétaire du terrain de camping, la valeur obtenue devra être retraitée pour tenir compte notamment de son endettement et de sa trésorerie au moment de la cession.

## 1. La méthode patrimoniale

Cette méthode consiste à évaluer l'hôtel de plein air élément par élément. Ainsi, dans un premier temps, la valeur du foncier, terrain nu, sera évaluée en fonction de ses caractéristiques juridiques (terrain classé tourisme, loisirs, classé en zone à risques faibles ou non, situé dans une zone définie par le PLU comme constructible, zone camping ou autres, etc.) et physiques (terrain en bordure de mer ou d'une voie à grande circulation, terrain plat ou accidenté, arborescence, proximité avec une grande ville, etc.). Dans un second temps, seront évalués les aménagements du terrain, plantations et constructions existantes et le matériel d'exploitation. Nous terminerons par l'évaluation de la valeur des éléments incorporels du fonds de commerce. Il sera donc nécessaire de faire un état des lieux précis de ce que possède l'entreprise en

tenant compte de la vétusté de l'outil de travail (diagnostic technique du terrain).

### La valorisation du terrain

Le foncier est l'élément dominant sans lequel un terrain de camping ne pourrait exister. Après avoir fait un recensement de l'ensemble des parcelles concernées par l'exploitation grâce aux actes de propriété et extraits de cadastre, l'évaluation du terrain se déterminera en fonction du prix au mètre carré en prenant en considération les éléments suivants :

- classement des parcelles au plan local d'urbanisme ;
- situation géographique du terrain ;
- la surface du terrain (plus le terrain est grand, plus il sera difficile de la valoriser à un niveau maximum).

● **Le classement des parcelles.** La valeur d'un terrain dépend en partie de sa localisation, de son relief mais surtout de sa constructibilité. La rareté des terrains sur des secteurs touristiques recherchés en accroît le prix. Il sera donc important de vérifier le classement des parcelles et les possibilités d'évolution de ce classement à court terme. Il devient difficile aujourd'hui de trouver un terrain d'une surface suffisante dont le PLU permet la réalisation d'un hôtel de plein air et les modifications du PLU sont de plus en plus difficiles à obtenir auprès des communes littorales

● **La situation géographique du terrain.** La valeur d'un terrain de camping fluctue en fonction de sa situation géographique :

- le prix du mètre carré sur la côte méditerranéenne est supérieur à celui en vigueur sur la côte Atlantique ;
- le prix au mètre carré à l'intérieur des terres est inférieur à celui pratiqué à proximité de la côte ;
- la proximité de nuisances peut, au contraire, dévaluer le terrain ;
- la présence de risques naturels sur le secteur peut également dévaluer le terrain.

● **La valorisation.** En fonction des éléments précédents, le prix au mètre carré sera déterminé par comparaison avec des terrains similaires sur le marché local. Pour être correctement appliquée, cette méthode exigerait que l'on ne retienne comme termes de référence, des mutations de terrains absolument comparables à l'égard des divers éléments précédemment examinés (situation, configuration, superficie, réglementation d'urbanisme, etc.). Mais comme le nombre de transactions existant concernant ce type de terrain est faible, on approchera le prix au plus près. A titre d'exemple, la valeur du prix du terrain sur la côte vendéenne peut varier de 15 à 30 € le mètre carré et en zone rétro-littorale de 2 à 5 € (en zone non-constructible). De plus, nous tiendrons compte du fait que sur les terrains exploités, il existe des ◆◆ p. 16

## PAROLE D'EXPERT



**JAMY ROBERT,**  
Immobilier,  
Bordeaux (Gironde)

### Qui sont les principaux acheteurs de campings ?

Il existe trois grandes familles d'acheteurs : les professionnels qui ont déjà un camping et qui veulent soit en changer, soit en reprendre un second et plus encore. La deuxième famille est composée de groupes intégrés, du type FranceLoc ou Proméo. Et enfin, les individuels qui souhaitent se reconverter dans l'hôtellerie de plein air. Ce sont les plus nombreux même si avec la crise, ils se font rares. Cette catégorie est très variée : on retrouve des boulangers, des gérants de bar-tabac, des dentistes. C'est-à-dire des professionnels qui sont à la fois commerçants et gestionnaires. Beaucoup de salariés venus de la banque ont repris des campings. Avec la crise (et de possibles plans sociaux), on devrait voir davantage de salariés. Reste à savoir si les banques voudront bien leur prêter de l'argent... A moindre échelle, les acheteurs potentiels anglais ont disparu. En revanche, les Néerlandais sont toujours là. Mais pour combien de temps ?

constructions, ce qui aura pour conséquence une minoration de la valeur moyenne au mètre carré.

### Les aménagements du terrain

On retrouve classés sous cette rubrique les aménagements suivants : les plantations et espaces verts, la viabilisation du terrain, les voiries et réseaux principaux d'alimentation, les clôtures. La valeur des plantations est indissociable de la valeur du terrain. La qualité de celles-ci est un des éléments d'appréciation du prix au mètre carré du foncier. Leur valeur individuelle sera donc retenue comme nulle. Pour les travaux de viabilisation, les voiries et réseaux principaux d'alimentation, la valorisation sera faite :

- sur la base de la valeur nette comptable figurant à l'actif du bilan si la durée d'amortissement semble d'une durée suffisante. La durée d'amortissement généralement retenue est de vingt ans. Toutefois, certains revêtements des voiries sont plus sensibles que d'autres à l'érosion, d'où une durée de vie plus courte. Il sera donc nécessaire d'apprécier cette durée en fonction des particularités de ces aménagements ;
  - le choix de la durée d'amortissement retraitée dépendra des constats sur les diagnostics techniques qui devront être réalisés sur les différents terrains ;
  - à défaut d'informations comptables suffisantes (souvent les travaux de viabilisation ne sont pas transcrits à l'actif du bilan car réalisés au fil de l'eau par l'exploitant lui-même), l'évaluation pourra se faire sur la base d'une valeur de remplacement avec une dépréciation en fonction de l'antériorité des travaux.
- A ce titre et pour mémoire, le prix moyen par emplacement de la valeur à neuf de ces travaux, suivant la classification du terrain obtenue par comparaison inter-entreprises du secteur de l'hôtellerie de plein air, est de 2 000 à 2 500 €/emplacement pour un trois étoiles ; de 2 500 à 4 000 €/emplacement pour un quatre étoiles (jusqu'à 5 000 € pour les quatre étoiles Grand Confort).

### Les constructions

On retrouvera sous ce poste les éléments suivants : les installations sanitaires, les bâtiments d'accueil et d'animation, les bâtiments commerciaux (restaurant, bar, plats cuisinés, alimentations, etc.), les équipements de loisirs (piscine couverte ou non, parc aquatique, tennis, mini-golf, aire multisports, etc.). Les informations chiffrées sur l'actif immobilisé de l'entreprise se trouveront sur les postes "constructions" et "aménagements des constructions". L'évaluation se fera :

- sur la base de la valeur nette comptable apparaissant à l'actif si la durée d'amortissement apparaît d'une durée suffisante. Dans le cas contraire, on recalculera les amortissements afin d'appréhender au mieux la valeur nette comptable du bien en fonction d'une durée normale d'utilisation (de vingt-cinq à trente ans) ;
- le choix de la durée d'amortissement retraitée dépendra des constats sur les diagnostics techniques qui devront être réalisés sur les différents terrains ;
- à défaut d'informations comptables suffisantes, l'évaluation pourra se faire sur la base d'une valeur de remplacement avec une dépréciation en fonction de l'antériorité des constructions.

### L'évaluation

#### des autres éléments corporels

On distingue essentiellement les postes suivants : le matériel et outillage, le matériel de transport, les hébergements locatifs (caravanes, mobile-homes...), le mobilier et le matériel de bureau et informatique. En dehors des hébergements locatifs, ces postes ne présentent pas de particularités propres à l'hôtellerie de plein air. La valorisation se fera donc sur la valeur de marché et en tenant compte des outils existants (argus pour les véhicules, cote pour les mobile-homes).

#### L'évaluation des éléments incorporels du fonds de commerce

Le fonds de commerce est une universalité juridique qui comprend des éléments incorporels (droit au bail, clientèle, achalandage, une licence (éventuellement), des concessions et droits d'exploitation divers) et des éléments corporels (matériels, aménagements). Diverses méthodes sont utilisées pour évaluer les éléments incorporels d'un fonds de commerce d'hôtellerie de plein air. Ces méthodes se regroupent en deux catégories : celle qui prend appui sur le chiffre d'affaires et celle qui est assise sur la rentabilité. Pour approcher la valeur des éléments incorporels du fonds de commerce basée sur le chiffre d'affaires, on distinguera successivement la méthode dite "des usages professionnels" et l'évaluation par comparaison.

● **La méthode dite "des usages professionnels"**  
L'administration fiscale fournit à titre indicatif un barème par professions qui permet d'évaluer les fonds de commerce à partir, soit des chiffres d'affaires des trois dernières années, soit du bénéfice moyen des trois dernières années, auxquels on applique un pourcentage ou coefficient. Ce barème a été établi sur la base des décisions prises par les tribunaux et selon des critères édictés par les experts et évaluateurs spécialisés en

## PAROLE D'EXPERT



**DOMINIQUE RICHEZ,**  
cabinet d'expertises  
Roux Experior,  
Paris

**Qu'est-ce qui fait la valeur d'un camping ? Les propriétaires ont-ils tendance à surévaluer leur bien ? La valeur d'un actif dépend en grande partie des qualités d'exploitation et de commercialisation, ainsi que les talents de manager du patron de camping. Les résultats comptables font foi. Ensuite, il y a la valeur du site : l'aménagement paysager, la qualité des installations (date des sanitaires, piscine, etc.), sa situation géographique et la concurrence locale. Evidemment, une route ou une voie de chemin de fer située à proximité du camping dévalorise le bien. Quant à la tendance des propriétaires de camping qui surévaluent leur bien, elle est naturelle. La part de l'affectif pour quelqu'un qui a créé son entreprise il y a trente ans est grande. Ils ont également tendance à confondre leur besoin de trésorerie et la valeur de leur actif. C'est notre rôle d'estimer la valeur probable du bien en fonction de critères objectifs.**



matière d'évaluation de fonds de commerce. La valeur obtenue s'entend matériels inclus mais à l'exclusion des stocks. Ce barème ne comporte pas d'évaluation correspondant à l'hôtellerie de plein air. En effet, le caractère composite de l'activité d'un camping et le nombre restreint de transactions ne permettent pas d'avoir un barème spécifique. Cependant, les usages de la profession mettent en avant une évaluation à partir d'une décomposition du chiffre d'affaires par activité. Cette méthode applique un coefficient multiplicateur aux chiffres d'affaires TTC réalisés par l'hôtel de plein air (cf. tableau ci-dessous), après avoir préalablement opéré une ventilation entre le chiffre d'affaires de chacune de ses activités. Le calcul se fait à partir du chiffre d'affaires TTC des trois dernières années.

#### CALCULER LA VALEUR : LES COEFFICIENTS MULTIPLICATEURS DU CHIFFRE D'AFFAIRES

	COEF. MINIMUM	COEF. MAXIMUM
<b>ÉLÉMENTS INCORPORELS LIÉS À L'HÉBERGEMENT</b>	1,2	2
<b>ÉLÉMENTS INCORPORELS LIÉS AUX ACTIVITÉS ANNEXES</b>		
- Activité bar (exploitation en nom propre)	0,5	0,6
- Activité restaurant, plats cuisinés	0,5	0,6
- Activités diverses (redevances sous location, redevances commerçants, locations de salles internes, locations diverses)	0,9	1

De plus en plus de terrains de camping réalisent une partie de leur chiffre d'affaires dans

le négoce de mobile-homes. La valorisation de cette activité ne sera prise en compte qu'à partir du moment où elle apparaîtra comme récurrente et pourra être assimilée à une activité propre au terrain de camping et pourra se répéter dans les années à venir.

La valorisation se fera alors sur la base de 100% de la marge nette dégagée par cette activité.

● **L'évaluation par comparaison.** Cette méthode consiste à rapprocher la valeur du fonds de commerce à des transactions récentes intervenues dans le même secteur géographique. Cette méthode présente plusieurs points faibles :

- le nombre de transactions est très faible en comparaison aux transactions constatées dans d'autres secteurs d'activité ;
- chaque terrain présente des spécificités importantes qui, cumulées, rendent difficiles les comparaisons (niveaux d'équipement, structuration et grandeur du terrain, situation géographique, etc.) ;
- pour un même équipement et une taille comparable, le niveau d'activité peut être différent suivant l'historique du terrain.

Pour approcher la valeur des éléments incorporels du fonds de commerce par la rentabilité, il conviendra de retenir la valorisation par l'excédent brut d'exploitation. L'excédent brut d'exploitation (EBE) a été retraité pour déterminer la capacité du terrain à dégager la trésorerie nécessaire pour financer son exploitation et son développement. Dans la profession, c'est un élément couramment employé pour valoriser le fonds de commerce de l'entreprise. La valorisation du fonds de commerce se fera sur la base de quatre à cinq fois l'excédent brut d'exploitation retraité moyen des trois derniers exercices.

Par l'application de cette méthode, nous retrairerons l'EBE du montant des loyers de crédit-bail, du montant du loyer du foncier si l'entreprise n'en n'est pas propriétaire et des rémunérations de la direction si celles-ci ne correspondent pas à des rémunérations "normales" constatées dans la profession. ♦♦ p. 18

## Valorisation patrimoniale : synthèse

En synthèse, la valorisation de l'hôtel de plein air par la méthode patrimoniale correspond à la somme des éléments suivants :

- la valorisation du terrain ;
- la valorisation des aménagements du terrain ;
- la valorisation des constructions ;
- la valorisation moyenne des éléments incorporels du fonds de commerce suivant les différentes méthodes : méthode des usages professionnels et évaluation par l'excédent brut d'exploitation.

Valeur globale du camping

=  
(valeur à l'emplacement  
x nombre d'emplacements)  
+ valeur des mobile-homes  
utilisés.

## 2. La méthode fondée sur le chiffre d'affaires

En règle générale, un hôtel de plein air exploité correctement dans un secteur côtier ou dans un secteur à très fort impact touristique, doit pouvoir se vendre en toute propriété environ cinq fois son chiffre d'affaires moyen "hébergement" TTC 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 sera entre 4 et 4,5 ;
- si le terrain ne présente pas de capacités de développement importantes ; dans le cas contraire, plus le potentiel du terrain est important, plus le coefficient pourra tendre vers 5, voire plus ;
- si le chiffre d'affaires est déjà important (plus de 750 000 €) ;
- si le terrain est faiblement étoilé : un camping faiblement étoilé présente fréquemment un niveau d'équipement plus faible. 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.

## 3. La méthode comparative valeur à l'emplacement

La méthode comparative pour établir la valorisation d'un terrain de camping doit être utilisée avec précaution. Chaque terrain possède des spécificités qui compliquent toute tentative de comparaison. Suivant la classification du terrain, une valeur globale sera obtenue en multipliant le nombre d'emplacements par une valeur moyenne de l'emplacement à laquelle 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 de la Vendée et de la Loire-Atlantique que nous avons analysées, montrent les différences par terrain :

VALEURS À L'EMPLACEMENT		
VALEUR BASSE	VALEUR MOYENNE	VALEUR HAUTE
Pour les terrains quatre étoiles		
2 000 €	12 000 / 14 000 €	16 000 €
Pour les terrains trois étoiles		
7 000 €	10 000 €	14 000 €

Cette méthode ne permet d'avoir qu'un ordre d'idées. La typologie d'un camping étant

très spécifique et les niveaux d'équipement étant tellement différents d'un établissement à l'autre, cette méthode n'est donc pas un moyen pour fixer le niveau de prix du terrain mais plutôt destinée à 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 font que cette valorisation n'est pas adaptée.

## 4. La méthode fondée 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 commerce prennent de la valeur et davantage d'importance par rapport à l'assiette foncière du camping. L'évaluation sur le simple chiffre d'affaires ne semble pas suffisante pour se faire une idée précise de la valorisation réelle du fonds de commerce. Une approche de la valeur à partir de la rentabilité du terrain est alors nécessaire. La valorisation du terrain pourra être approchée de la manière suivante :

- fonds de commerce (éléments incorporels et matériels) = 4 à 5 fois l'EBE retraité (des loyers de crédits baux et loyer du terrain) ;
- foncier sur la base de la valeur locative (coefficient de 8 à 12 fois la valeur locative).

En valorisation globale, certains retiennent une valorisation comprise entre 8 et 10 fois l'EBE retraité.

## 5. La méthode financière fondée sur la capacité de financement

Cette méthode, principalement utilisée par les acquéreurs mais qui ne peut être ignorée par les vendeurs, consiste à déterminer le prix que les acquéreurs disposant d'un apport minimum seraient susceptibles de proposer pour pouvoir équilibrer leur exploitation et rembourser leurs emprunts, et ce, dans le cadre du potentiel de développement de l'entreprise et d'une exploitation normale. En d'autres termes, le prix d'une affaire est en définitive toujours égal à la somme des apports de celui qui achète (entre 30 et 50%) et du montant de la dette qu'il aura contractée pour financer l'acquisition. Les remboursements de la dette mise en place devront être inférieurs à sa capacité contributive et l'excédent brut d'exploitation reconstitué des éléments exceptionnels et des charges retraitables des trois derniers exercices identifiera la capacité contributive de l'entreprise. ■

### PAROLE D'EXPERT



**JEAN-MARC CREPELLIÈRE,**  
France Transaction  
Camping (FTC),  
Le Puy-Saint-Bonnet  
(Maine-et-Loire)

Comment évolue la demande des groupes intégrés de campings ? Après avoir beaucoup acheté, ils digèrent. En cherchant des bons coups. Depuis septembre, ils ont fortement freiné sur les achats. Ils préfèrent des établissements qui oscillent entre 300 et 400 emplacements. De préférence sur le littoral. Même la Dordogne, importante terre de campings, ne semble plus les intéresser. Le mauvais temps de l'an passé joue. En tout cas, ils sont plus durs en affaires et attendent le prix juste. A plusieurs reprises, Gilbert Ganiveng, président de Proméo Village Center, a déclaré qu'il n'achetait pas un camping au-dessus de 10 000 € l'emplacement. D'ailleurs, si les groupes devaient racheter leurs propres campings, ils mettraient moins d'argent. Ils préfèrent acheter moins cher des établissements dans lesquels ils peuvent investir et donc mettre leur patte pour façonner une offre globale cohérente.