



Mars 2013



UNAT

www.unat.asso.fr

L'apport des villages de vacances

à l'économie locale



Avec la participation de





Association reconnue d'utilité publique, créée en 1920, l'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (UNAT) représente les principales associations, mutuelles et entreprises à but non lucratif, qui interviennent dans les secteurs du tourisme familial, des vacances d'enfants, du tourisme des jeunes, des vacances sportives et de plein air et des voyages. Constituée de 56 membres nationaux, l'UNAT totalise 1400 établissements (villages de vacances, maisons familiales, centres de vacances, centres sportifs, auberges de jeunesse, refuges, gîtes, centres international de séjour etc.) et plus de 230 000 lits pour un chiffre d'affaires de 1,6Md€. L'UNAT est présente en région au travers de ses 21 UNAT régionales.

L'UNAT inscrit son action dans le cadre d'un projet d'intérêt général qui vise à développer l'accès de tous aux vacances, au tourisme et de façon plus générale aux loisirs. Elle est le promoteur d'un tourisme respectueux des hommes et des territoires.

En 2002, l'UNAT et ses membres ont adopté une charte commune les unissant dans cette même philosophie dont les critères éthiques rappellent les fonctions essentielles des structures du secteur : brassage social, participation à des actions de solidarité, création de valeur ajoutée économique et sociale...

L'UNAT représente le secteur auprès des pouvoirs publics et des partenaires sociaux avec la volonté d'apporter une contribution active au maintien et au développement d'une politique sociale des vacances et du tourisme. Elle assure la promotion de ses membres en engageant des opérations de valorisation du secteur, s'investit dans les actions sociales en matière de vacances, l'accueil des personnes handicapées et le partenariat avec les syndicats et les comités d'entreprises. Elle est au service de ses adhérents et met en place des outils qui leur sont dédiés (chartes, promotion produits, études, rapports, évaluations, lettres internes...). L'UNAT, membre de l'OITS, développe également son action communautaire au niveau international.

Enfin l'UNAT gère un fonds mutuel de solidarité apportant la garantie financière à ses structures membres dans le cadre de l'immatriculation. Depuis 12 ans, l'UNAT s'est engagé en faveur du tourisme solidaire dont les objectifs et les valeurs rejoignent pleinement ceux du tourisme social et associatif. Elle fut à l'initiative en 2006 de la création de l'Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES).





L'UNAT a le plaisir de rendre compte des résultats de la dernière enquête menée au cours de l'été 2012 sur l'apport économique et social des villages de vacances sur leurs territoires. Axé sur le tourisme familial et de loisirs, le secteur associatif privilégie, depuis les années 1950, l'ancrage territorial et la valorisation du patrimoine régional. Face à ce positionnement fort, il est essentiel de veiller à la contribution des villages de vacances à l'économie locale et à la création de richesses pour les territoires.

Depuis 25 ans, l'UNAT et ses partenaires suivent cette évolution. En 1987, l'association VAL confie à un expert extérieur l'évaluation de l'impact de ses villages de vacances sur les territoires du Massif central. Cinq ans plus tard, la démarche d'évaluation est étendue à l'ensemble de la région Rhône-Alpes. En 2001 et en 2005, les enquêtes sont reconduites auprès d'un panel de villages de vacances répartis sur l'ensemble du territoire national et représentatifs des destinations mer, montagne et campagne.

En 2012, l'UNAT et ses partenaires, Atout France, la Caisse des Dépôts, l'association AVEC des élus propriétaires de villages vacances VVF, le TAC, le Crédit Coopératif et la DGCIS, ont décidé, dans une période marquée par une situation économique difficile, d'actualiser les données et ce, en reprenant une méthodologie identique.

Avec près de 800 000 € d'achats dans les commerces locaux en moyenne par village et par an et la création de 23 emplois directs et indirects, l'utilité économique et sociale des opérateurs associatifs auprès des collectivités locales est significative.

Ramené à l'ensemble du parc des villages de vacances de l'UNAT, ce sont 300M€ injectés annuellement et 8 000 emplois Equivalent Temps Plein déployés sur l'ensemble du territoire national.

Cette étude, qui confirme l'importance du rôle essentiel des villages de vacances dans l'économie locale, contribuera à mobiliser l'ensemble des acteurs publics et privés pour reconnaître et accompagner l'évolution d'un secteur qui inscrit son action dans l'économie sociale et solidaire et innove sans cesse pour l'accès aux vacances pour tous.

Patrick Brault
Président de l'UNAT

3

Synthèse de l'étude

6

Dépenses clientèles estivales
toutes destinations

7

Dépenses clientèles estivales
location

8

Dépenses clientèles estivales
pension et demi-pension

9

Dépenses d'un village
de vacances toutes destinations

10

Contribution directe et indirecte d'un
village de vacances à l'économie locale

11

Contribution directe et indirecte d'un
village de vacances type par destination

Synthèse de l'étude



L'impact économique et social des villages de vacances sur les territoires a été analysé en tenant compte de leurs contributions directes et indirectes traduites en nombre d'emplois.

La contribution directe correspond au nombre d'emplois moyens effectifs recalculés en Equivalent temps plein (ETP) annualisé.

La contribution indirecte, traduite en nombre d'emplois Equivalent temps plein générés (calcul basé sur les ratios INSEE 2010 « base ESANE »), comprend les dépenses des vacanciers effectuées sur place pendant leur séjour et les dépenses effectuées par les villages de vacances pour leur fonctionnement hors charges de personnel.

Le carnet de dépenses confié aux vacanciers détaille le type de dépenses (alimentaire, restauration, souvenirs, activités culturelles, ..) et le lieu de dépense par rapport au village (dépenses sur place dans le village / à plus ou moins 20 km).

Les dépenses des villages de vacances sont, de la même manière que pour les vacanciers, caractérisées par la distance par rapport au village. Les dépenses

prises en compte sont les achats alimentaires de détail (moins de 20 km) et en gros (plus de 20 km), les travaux d'entretien, le mobilier, les dépenses d'énergie, les fournitures diverses (ne sont pas pris en compte les travaux de rénovation et amortissements).

Au-delà de la contribution directe et indirecte des villages de vacances au tissu économique local, d'autres apports sont à prendre en considération, liés à la spécificité du tourisme associatif qui ancre ses actions dans les territoires.

En optimisant la durée d'ouverture des villages, en travaillant avec les partenaires touristiques présents sur la destination et offrant une diversité d'activités, en établissant des partenariats avec les collectivités locales et les offices de tourisme, les villages de vacances participent à la construction d'une dynamique économique vertueuse au bénéfice de tous les acteurs.

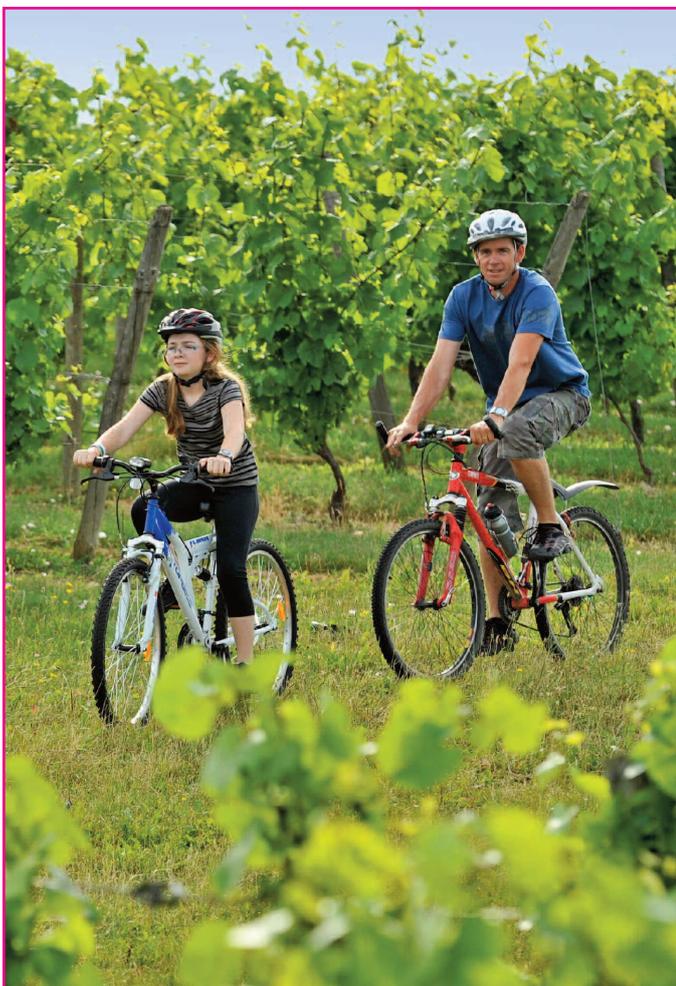
Aujourd'hui, l'enjeu pour le secteur est de pérenniser son action au travers d'une politique ambitieuse d'investissement sur son parc immobilier qui doit répondre aux nouvelles attentes des vacanciers.

1- Une contribution économique et sociale significative pour les territoires.

La contribution directe et indirecte des villages de vacances s'est accrue entre 2005 et 2012, en particulier au profit des commerces situés dans un rayon de moins de 20 km autour de l'hébergement.

En terme de contribution directe, en moyenne 20 emplois Equivalent temps plein sont générés par un village de vacances qui comporte en moyenne 376 lits, et qui dégage un chiffre d'affaires moyen de près de 1,8 million d'euros.





Les contributions indirectes qui correspondent aux dépenses moyennes des vacanciers effectuées hors du village (hors hébergements et frais de séjour prépayés) auxquelles s'ajoutent les dépenses des villages de vacances pour leur fonctionnement, représentent annuellement un montant total de 792 000€ injectés dans l'économie locale et génèrent 2,8 emplois Equivalent Temps Plein.

Les dépenses réalisées par les vacanciers hors du village se montent en moyenne à 511 000 €, générant 2,2 emplois Equivalent temps plein. Durant l'été, chaque vacancier a dépensé par semaine 135€ en 2012, marquant une augmentation de 4,6% par rapport à 2005. Cette dépense est réalisée à 83% dans les commerces de proximité dont les trois quarts se situent à moins de 20 km (plus 10% par rapport à 2005). Les dépenses des villages de vacances (hors charges de personnel et fiscalité locale) sont estimées à 280 000€ en moyenne par an dont 32% effectuées à moins de 20 km du village (elles étaient de 11% en 2005).

2- Des durées d'ouverture larges qui favorisent les retombées sur le tissu économique local.

Les villages de vacances du panel sont ouverts 225 jours en moyenne par an. La fréquentation hors période

estivale représente 60% de la fréquentation annuelle. Durant cette période moins touristique, les dépenses des clientèles des villages de vacances sont estimées à 279 000 € en moyenne par village soit 54% du total des dépenses annuelles des clients.

La clientèle groupe fortement représentée (20 à 30% de la fréquentation annuelle, elle n'est que de 5% en été) présente un comportement de dépense proche de la clientèle individuelle en pension complète.

Les acteurs locaux interrogés s'accordent à reconnaître aux villages vacances un rôle économique important en hors saison, notamment par la capacité du secteur à attirer des groupes aux motivations multiples, groupes sportifs, groupes seniors, regroupements familiaux, etc.

Ce rôle est d'autant plus apprécié et reconnu qu'il est en phase avec les objectifs des collectivités locales qui cherchent à accroître la fréquentation touristique de leur territoire en dehors des pics de saison.

3- Des partenariats solides avec les collectivités locales et les prestataires touristiques au bénéfice des territoires.

Les bonnes relations avec le village de vacances, l'existence de partenariats forts avec la collectivité publique et avec les autres prestataires du tourisme, l'implication personnelle fréquente de la part du directeur du village à la vie locale sont souvent citées par les acteurs locaux comme autant de facteurs dynamisants pour le territoire.

— Méthodologie —

Les données proviennent des chiffres fournis par les 24 villages de vacances du panel, répartis entre destinations campagne (38%), mer (32%), et montagne (30%), relatifs à leur chiffre d'affaires, nombre d'emplois effectifs, type et lieu de leurs dépenses de fonctionnement et des livrets de dépenses quotidiennes remplis entre juillet et août 2012 par 1977 vacanciers (548 foyers), présents dans les 24 villages.

Les comparaisons avec les résultats de l'étude 2005 ont été effectuées sur ces mêmes bases en euros constants.

L'étude quantitative a été complétée en 2012 par une investigation plus qualitative à base d'entretiens et de questionnaires adressés aux maires des 24 communes d'implantation des villages de vacances, des institutionnels, des professionnels du tourisme et des directeurs des villages.

Les partenariats prennent des formes variées: accueil de manifestations organisées par les associations locales, mise à disposition de locaux, mutualisation d'équipements avec la collectivité (piscine, cantine ...), approvisionnement chez des producteurs locaux, accords avec les prestataires pour proposer des activités diversifiées aux vacanciers.

En favorisant la mutualisation et les renvois de clientèles entre prestataires touristiques, les villages de vacances participent ainsi à dégager des économies d'échelles au bénéfice de tous les intervenants en même temps que la consommation des vacanciers est stimulée sur le territoire.

L'impact économique de ces pratiques n'a pas été quantifié dans le cadre de l'étude du fait du foisonnement des initiatives et de la diversité des organisations qui rendent difficile une modélisation.

4- L'investissement immobilier au service de la qualité

18 villages de vacances parmi les 24 interrogés ont engagé de lourds travaux de rénovation immobilière au cours des cinq dernières années.

Les retombées économiques qui en découlent et les emplois générés localement n'ont pas été analysés dans le contexte de l'étude, considérant le caractère cyclique de ces opérations de réinvestissement qui représentent par village en moyenne 3 à 4M€. Il est à noter que depuis 5 ans, le volume des réinvestissements a connu une croissance de 50%⁽¹⁾

Il est également important de souligner l'impact de ces opérations en terme d'image pour les destinations.

Ces travaux sont aussi l'occasion de remobiliser les partenaires et d'inventer de nouveaux montages juridiques et financiers afin de faire face à une diminution des financements publics.

L'UNAT et ses adhérents sont résolument engagés dans cette voie qui vise à adapter les savoir-faire du réseau à ce nouveau contexte, à assurer aux villages de vacances une adéquation durable avec le marché et à pérenniser son action en faveur de l'accès aux vacances pour tous.

(1) Tableau de bord des investissements, Atout France, 2012.



Dépenses de la clientèle estivale

toutes destinations (hors frais d'hébergement et de séjours prépayés)



Composition moyenne de la famille	3,61
Dépenses moyennes par personne et par semaine	134,77€
Destination mer	149,15€
Destination campagne	141,73€
Destination montagne	111,65€
Dépenses moyennes d'une famille par semaine	486,51€

1 vacancier village de vacances
dépense en moyenne
par semaine

135€

en période estivale

dont **113€** dans les commerces locaux

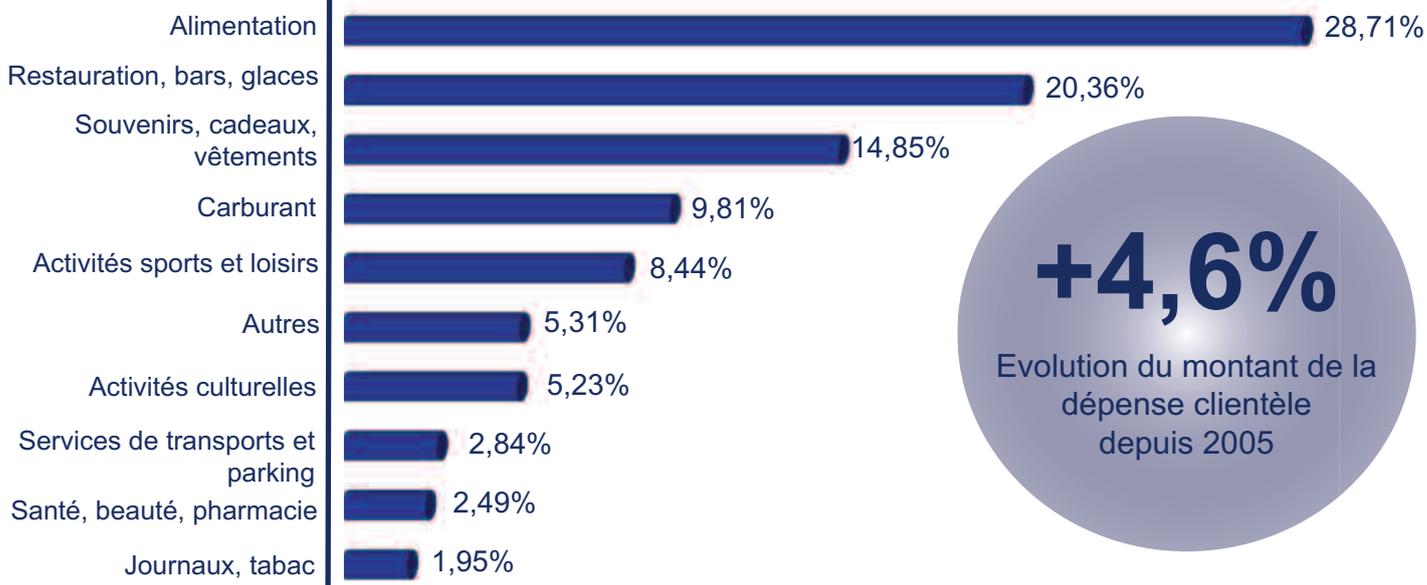
Tendances

Les dépenses des vacanciers hors du village de vacances durant l'été représentent en moyenne 232 620€ pour un village de vacances de 376 lits.

La répartition et l'évolution des dépenses sont variables selon la destination (mer, montagne, campagne) et les types de séjour (location, pension et demi-pension)

- Trois postes de dépenses ont diminué par rapport à 2005: journaux et tabac (-34,9%), activités culturelles (-10%) et activités sports et loisirs (-10%).

- 2 postes dépenses ont augmenté: restauration, bars et glaces (+9,6%) et souvenirs, cadeaux et vêtements (+8%).



+4,6%

Evolution du montant de la dépense clientèle depuis 2005

Dépenses de la clientèle estivale en location

(hors frais d'hébergement et de séjours prépayés)



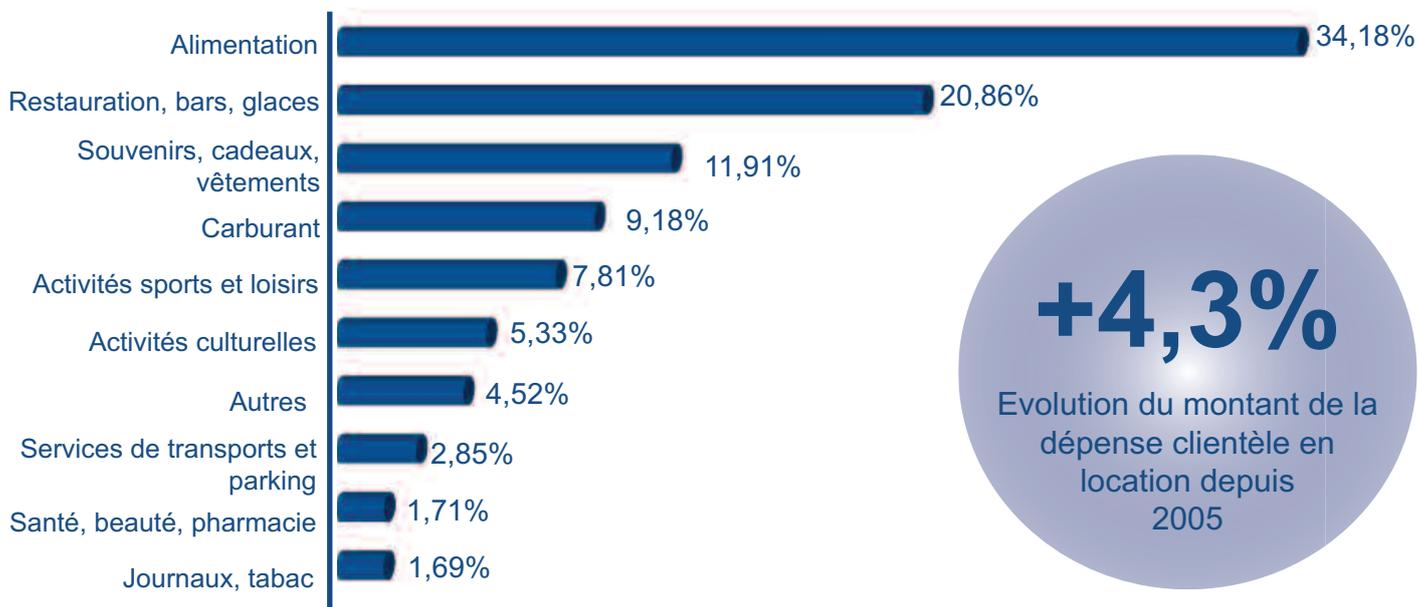
Composition moyenne de la famille	3,97
Dépenses moyennes par personne et par semaine	153,17€
Destination mer	174,20€
Destination campagne	148,90€
Destination montagne	135,70€
Dépenses moyennes d'une famille par semaine	608,09€

1 vacancier en location dans un village de vacances dépense en moyenne par semaine **153€** en période estivale dont **130€** dans les commerces locaux

Tendances

Si l'alimentation représente 34% des dépenses, ce poste connaît une baisse de 8,5% depuis 2005. Néanmoins, la restauration/ bars/ glaces est en hausse de 13% tout comme les souvenirs/ cadeaux/ vêtements qui augmentent de 15%.

Globalement, les dépenses clientèles en location augmentent par rapport à 2005 et progressent sur l'ensemble des destinations.



+4,3%

Evolution du montant de la dépense clientèle en location depuis 2005

Dépenses de la clientèle estivale en pension et demi-pension

(hors frais d'hébergement et de séjours prépayés)



Composition moyenne de la famille	3,13
Dépenses moyennes par personne et par semaine	104,48€
Destination mer	115,40€
Destination campagne	112,70€
Destination montagne	92€
Dépenses moyennes d'une famille par semaine	327,02€

1 vacancier en pension/demi-pension dans un village de vacances

dépense en moyenne par semaine

104€

en période estivale

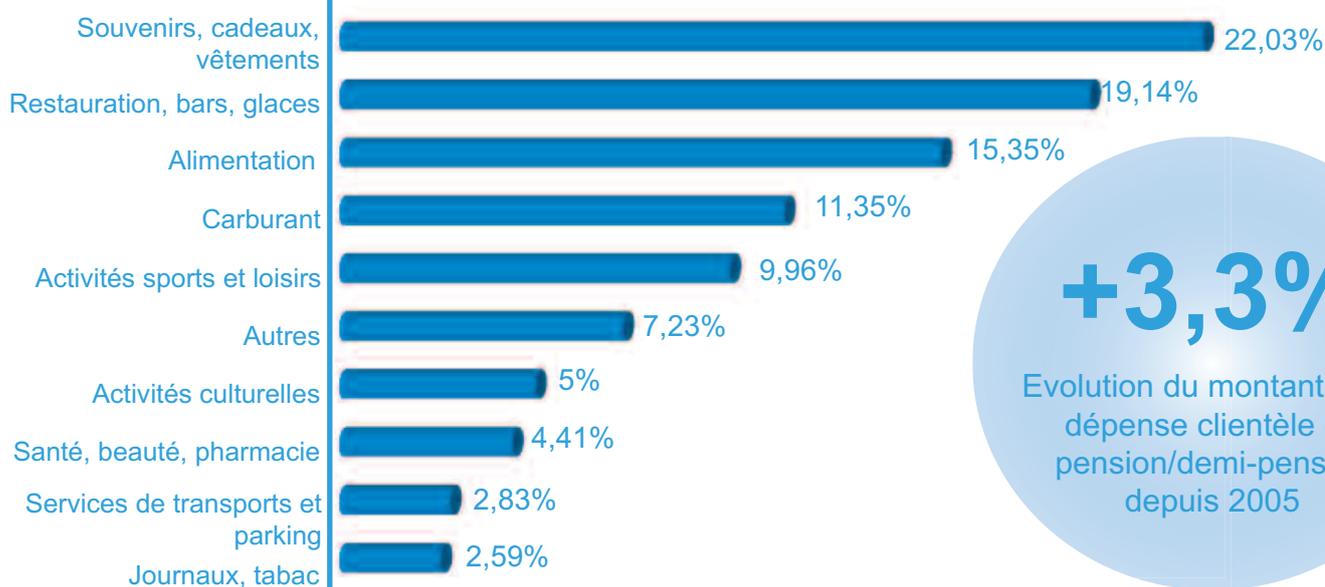
dont **83€** dans les commerces locaux

Tendances

Pour les clientèles en pension (80% des répondants) et demi-pension, les résultats mettent en valeur:

- une forte hausse de la dépense en alimentation (+5€).
- une baisse importante du poste «activités culturelles» (-27,2%)
- une stagnation des dépenses de restauration/bars/glaces et de souvenirs.

La destination mer connaît la plus forte hausse par rapport à 2005, avec un montant de 115,40€ par personne et par semaine.



+3,3%

Evolution du montant de la dépense clientèle en pension/demi-pension depuis 2005

Impact d'un village de vacances toutes destinations (hors fiscalité et charges de personnel)



1 village de vacances de 376 lits
dépende annuellement
280 800€
dans l'économie locale
dont **90 000€ d'achats à moins de 20km**

Profil type d'un village de vacances du panel

Nombre de journées vacances annuelles	35 347
Nombre de journées vacances estivales	14 502
Nombre de lits	376
Equivalents Temps Pleins (ETP) annuels	20

Contributions Indirectes

Dépenses annuelles moyennes	280 804€
Equivalents Temps Pleins (ETP) annuels	0,66

Les dépenses

Sont intégrés dans le montant des dépenses du village de vacances: alimentation moins de 20 km (détail), alimentation plus de 20km (gros), mobilier, travaux d'entretien, carburant, gaz, électricité et fournitures diverses

La fiscalité locale

Les villages de vacances du panel contribuent en moyenne à hauteur de 41 000 € à la fiscalité locale (Contribution Economique Territoriale, taxe de séjour, taxe foncière et autres taxes). Cette moyenne cache de grandes disparités, la fourchette étant comprise entre 3000 € et 122 000 €. Concernant la taxe de séjour, les villages de vacances du panel participent en moyenne à hauteur de 27% du montant de la taxe collecté par la collectivité et ce, jusqu'à 70% dans certaines communes.

Contribution directe et indirecte d'un village de vacances à l'économie locale



1 village de vacances de 376 lits injecte annuellement **792 000€** dans les commerces locaux

Dépenses clientèles annuelles hors du village	511 363€
Dépenses annuelles du village de vacances	280 800€

Total 792 163€

1 village de vacances de 376 lits génère annuellement **22,8 ETP** sur son territoire d'implantation

Emplois directs
(Salariés permanents et saisonniers du village de vacances)

20

ETP

Emplois indirects
(Emplois générés par les dépenses du village de vacances)

0,6

ETP

Emplois indirects
(Emplois générés par les dépenses clientèles)

2,2

ETP

Contribution annuelle directe et indirecte d'un village de vacance type par destination

Destination Campagne (pour un village type de 305 lits en moyenne)

Chiffre d'affaires moyen	1 066 000€
--------------------------	------------

Dépenses moyennes (du village de vacances et des clientèles)	564 867€
---	----------

Emplois Equivalents Temps Plein	15,7
------------------------------------	------

Destination Mer (pour un village type de 383 lits en moyenne)

Chiffre d'affaires moyen	1 673 200€
--------------------------	------------

Dépenses moyennes (du village de vacances et des clientèles)	825 032€
---	----------

Emplois Equivalents Temps Plein	20,4
------------------------------------	------

Destination Montagne (pour un village type de 453 lits en moyenne)

Chiffre d'affaires moyen	2 776 500€
--------------------------	------------

Dépenses moyennes (du village de vacances et des clientèles)	1 026 422€
---	------------

Emplois Equivalents Temps Plein	33,9
------------------------------------	------

Rédaction
SOMIVAL
UNAT

Comité de pilotage

Christine BOUYER, UNAT
Pierre COMBES, TAC
Damien DUVAL, UNAT
Nathalie HANCE, Crédit Coopératif
Claire MERCIER, Atout France
Catherine VIANNAY, AVEC

Réalisation édition
UNAT

Crédits photos

[tous droits réservés]

© Atout France/Robert Palomba / ©
MDLF/Cédric Helsly / © ATOUT
FRANCE/Michel Laurent/CRT Lorraine
/ © MDLF/Jérôme Berquez / ©VTF / ©
MDLF/Fabian Charaffi / © ATOUT
FRANCE/Martine Prunevaille / ©
ATOUT FRANCE/Jean Malburet / ©
ATOUT FRANCE/Pierre Desheraud / ©
Atout France/Joël Damase / © Atout
France/Jean-François Tripelon-Jarry /
© Atout France/François-Xavier Prévot
/ © Atout France/Jean François
Tripelon-Jarry / © MDLF/Pierre
Desheraud / © Atout France Family
Summer / © Atout France/Robert
Palomba

L'Union Nationale des Associations
de Tourisme et de plein air (UNAT)
et ses partenaires, remercient

Azureva
Cap France
Renouveau Vacances
Ternélia
Vacancier
Vacances Bleues
Villages Clubs du Soleil
VVF Villages
La Ligue - Vacances pour Tous
et VTF

Ainsi que l'ensemble de leurs vacanciers
pour leur participation à cette enquête nationale.



www.unat.asso.fr



Les villages de vacances du réseau UNAT sur
www.lesvillagesvacances.com



8, rue César Franck
75015 Paris

Tél. 01 47 83 21 73
Fax. 01 45 66 69 90

infos@unat.asso.fr