

RENAÎTRE ICI

CENTRES DE VACANCES DES CLES POUR AGIR



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com

CENTRES DE VACANCES DES CLÉS POUR AGIR

Pour parfaire votre connaissance du secteur d'activité des centres de vacances, vous trouverez ci-après des données clés sur ce marché.

Offre et fréquentation : offre présente sur les différents territoires, nombre moyen de lits par centre, part des nuitées françaises, taux d'occupation, saisonnalité, typologie de clientèle...

Investissement et fonctionnement : montant moyen des investissements réalisés, chiffre d'affaires moyen par établissement, nombre moyen d'emplois par structure...

Des indicateurs fiables et pertinents pour les porteurs de projets, investisseurs et financeurs.

L'OFFRE

NOMBRE DE CENTRES DE VACANCES ET LITS PAR ESPACE

	Centres de vacances	Lits
MONTAGNE STATION	300	28 895
MOYENNE MONTAGNE	119	11 238
URBAIN	32	2 290
THERMAL	31	2 779
RURAL	52	3 802
REGION	534	49 004

NOMBRE MOYEN DE LITS PAR CENTRE DE VACANCES

ANNEE 2016	ANNEE 2020
92	103

Parmi les centres de vacances du réseau UNAT, 55% des établissements sont situés dans des communes de moins de 3500 habitants. A lui seul, ce chiffre donne la mesure de ce qu'un centre de vacances représente pour son territoire d'implantation : circuits locaux, pérennisation d'emplois non délocalisables, activité pour les artisans et les commerçants...

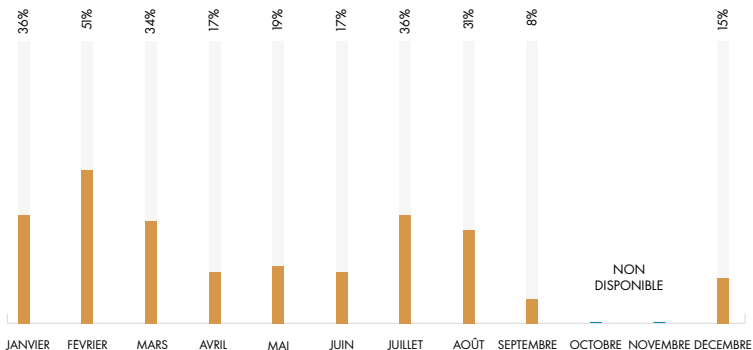
LA FREQUENTATION

REPARTITION SELON LES SAISONS

	PRINTEMPS*	ETE*	HIVER*
PART DES NUITEES REALISEES	12%	30%	58%
DUREE MOYENNE DE SEJOUR	3 jours	6 jours	5 jours
TAUX D'OCCUPATION	18%	27%	31%

NB : trop peu d'établissements ouverts en octobre et novembre pour avoir des ratios consolidés et exploitables sur l'Automne.

TAUX D'OCCUPATION MENSUEL



L'APPROCHE CLIENT

UNE TYPOLOGIE DE CLIENTÈLE QUI VARIE SELON LES SAISONS

PRINTEMPS*	ETE*	HIVER*
70% scolaires 20% individuels, familles 4% groupes sportifs 6% autres	65% colonies 20% individuels, familles 4% groupes sportifs 11% autres	40% scolaires 30% individuels, familles 25% colonies 5% autres
98% clientèle française	96% clientèle française	95% clientèle française

La saisonnalité est élargie grâce notamment aux séjours scolaires qui ne sont pas présents en même temps que les autres publics.

*Printemps (mai, juin), été (juillet, août, septembre), hiver (décembre à avril)

LES INVESTISSEMENTS ET LE FONCTIONNEMENT

MONTANT MOYEN DES INVESTISSEMENTS REALISES DANS LES CENTRES DE VACANCES EN 2019



EN FRANCE

131 000 €

L'apport du centre de vacances en matière de services d'intérêt général, piscine, prêt de matériel, mutualisation avec les services, est difficilement quantifiable, mais accroît le poids économique des centres de vacances.

CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL MOYEN REALISE DANS UN CENTRE DE VACANCES EN 2019



EN FRANCE

590 000 €



EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

632 000 €

RETOMBÉES DIRECTES ET INDIRECTES SUR L'ECONOMIE LOCALE

81% du prix du séjour est injecté directement sur le territoire d'implantation du centre de vacances. Cette part se subdivise en 3 parties :

Les frais de pension	La masse salariale	Partie pédagogie / animation
46%	20%	15%

EMPLOI

Une moyenne de **6 emplois Equivalent Temps Plein** par centre de vacances.

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme – Pôle Etudes Marketing

Directeur de la publication : Lionel FLASSEUR – Responsable de la rédaction : Jean-François JOBERT -
Rédacteur en chef : Guilhem PONCY - Rédacteur : Corinne ANDRAUD - Création et mise en page :
Agence Originis - originis.fr - Impression : Inore Groupe Impression - Tirage : 400 exemplaires - Crédit
photo : © Adobestock

Sources : Euroëka Marketing Conseil; UNAT ; La Direction de la Jeunesse, de l'Education
Populaire et de la Vie Associative (DJEPA)



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

PARTENAIRES D'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme :



**BANQUE des
TERRITOIRES**

