

DOSSIER D'INFORMATION



- 1 -

La stratégie du groupe Bénéteau
sur le marché des résidences mobiles de loisirs

- 2 -

Le marché des résidences mobiles de loisirs (mobil-homes)

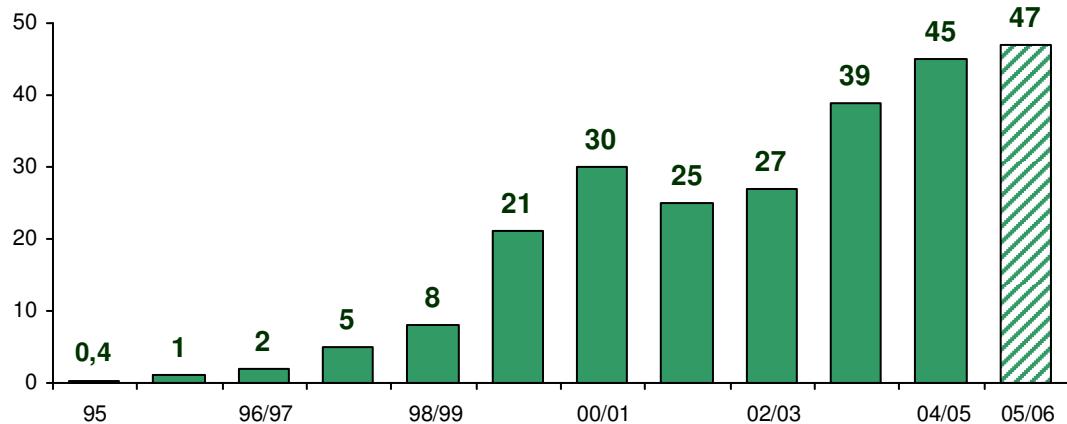
- 3 -

Le contexte réglementaire, économique et environnemental du mobil-home

LA STRATEGIE DU GROUPE BENETEAU SUR LE MARCHE DES RESIDENCES MOBILES DE LOISIRS

Bénéteau s'est intéressé à la résidence mobile de loisirs dès 1995 avec la création de sa filiale O'Hara. Cette activité a connu une vive croissance au cours des dix dernières années sous l'effet de l'expansion du marché et des produits innovants.

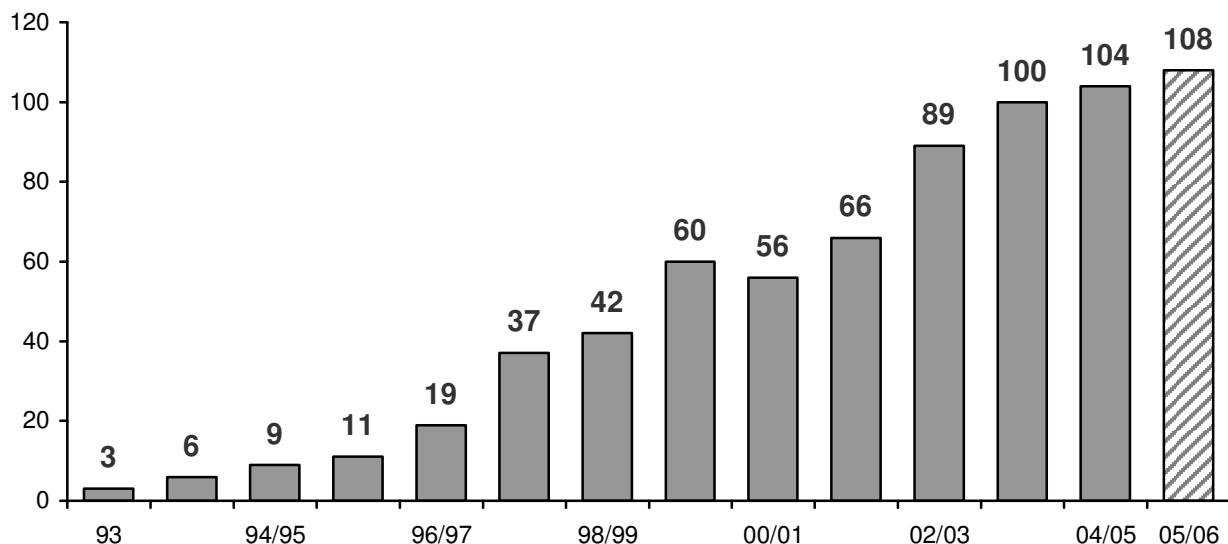
Evolution du chiffre d'affaires O'Hara de 1995 à 2006 (en M€)



L'activité d'O'Hara représente aujourd'hui environ 5,5 % du chiffre d'affaires consolidé du groupe et emploie 255 salariés sur deux sites, l'un à Givrand (Vendée), l'autre à Lézignan-les-Corbières (Aude).

La société Idéale Résidence Mobile (IRM) a démarré la fabrication de mobil-homes en 1992 et a connu également une très forte croissance.

Evolution du chiffre d'affaires IRM de 1993 à 2006 (en M€)



Elle est organisée autour de quatre sites industriels : deux à Luçon (Vendée), Beaucaire (Gard), Lesquin (Nord), où elle emploie 476 salariés.

L'intention du groupe Bénéteau est de poursuivre le développement de ces deux marques de façon autonome, tant en France qu'à l'international, au bénéfice de leurs clients.

Le projet de rapprocher ces deux entreprises tout comme l'engagement stratégique du groupe Bénéteau dans ce métier trouvent leur motivation dans cinq facteurs clés :

- Le dynamisme du marché de la résidence mobile de loisirs qui a atteint en Europe en 2005 environ 66 000 unités vendues et près de 26 000 en France ;
- L'accès du groupe à une position de premier plan sur le marché européen : cette opération ferait du groupe Bénéteau le leader du marché français avec environ 37 % de part de marché et le n° 2 en Europe avec près de 16 % de part de marché ;
- La valorisation du savoir faire du groupe Bénéteau dans un métier dont les aspects industriels et techniques sont proches de ceux du nautisme : certains matériaux sont communs, les processus industriels comparables, comme les aspects logistiques ;
- Le potentiel de développement à l'international, en particulier dans les régions d'Europe qui connaissent un fort essor touristique sans disposer d'une infrastructure d'accueil et d'hébergement suffisante ;
- Le renforcement des capacités d'innovation produits et de recherche appliquée qu'offre la mise en commun de certaines ressources des deux entreprises.

LE MARCHÉ DES RÉSIDENCES MOBILES DE LOISIRS (MOBIL-HOMES)

■ Définition

Les résidences mobiles de loisirs constituent un des éléments du marché des véhicules de loisirs qui comprend également les camping-cars et les caravanes.

Sous l'influence des consommateurs, ces produits se sont fortement différenciés, favorisant l'apparition de spécialistes pour chacun. Certains fabricants cependant continuent de fabriquer l'ensemble de ces produits.

Le marché des résidences mobiles de loisirs peut être abordé dans sa dimension française – la France ayant joué un rôle majeur dans ses évolutions récentes – et sous son aspect européen – sa clientèle étant très largement européenne. Il peut également être examiné sous l'angle de l'hôtellerie de plein air – les campings – dont il a été un des éléments clés de modernisation, ou en tant qu'habitat résidentiel recherché par les particuliers.



■ Le marché Français

Le mobil-home est né après la Seconde Guerre Mondiale en Angleterre. Il apparaît dans le nord de la France en 1968. Les campings 3 et 4 étoiles du littoral montent alors en puissance et deviennent de véritables villages de vacances avec des équipements hauts de gamme.

C'est dans les années 90 que la résidence mobile est adaptée aux goûts des Français.

Les principaux facteurs influençant le marché français des résidences mobiles sont : le coût de l'immobilier, le changement d'état d'esprit des français, les 35 heures et le développement de l'hôtellerie de plein air. Les couples français ont vu dans l'achat d'une résidence mobile le moyen de posséder une résidence de vacances à moindre prix.

Quelques chiffres :

- Le parc de mobil-homes est estimé à environ 200 000 unités dont un peu moins de la moitié appartient à des particuliers.
- Environ 26 000 résidences mobiles de loisirs sont vendues chaque année en France (70 % en locatif et 30 % en résidentiel).
- En 2004, le marché représente environ 700 millions d'euros, soit une augmentation de 60 % par rapport à 2000.
- Côté constructeurs, la France répertorie près de 30 fabricants de mobil-homes et chalets. Au fil des années, ces constructeurs ont réalisé de nombreux progrès en termes de finitions, de confort et d'innovations.

Le mobil-home aujourd'hui



■ Le marché Européen

Jusqu'au milieu des années 90, la résidence mobile de loisirs se présente sous la forme d'un parallélépipède de tôle percé de quelques lucarnes. Les constructeurs anglais dominent le marché.

Ce sont les constructeurs français qui révolutionnent cette offre en créant une résidence mobile à l'esthétique de maisonnette (toit double pente, grandes ouvertures, décoration soignée...).

Le marché européen de la résidence mobile est très actif, avec près de 70 fabricants de mobil-homes et chalets.

Les clients néerlandais sont les plus nombreux sur ce marché et les britanniques se multiplient alors que les allemands sont en baisse en 2006. Leurs préférences se portent de plus en plus sur le mobil-home haut de gamme. Cette tendance peut s'attribuer au fait que de nombreux retraités investissent une partie de leur pension dans une résidence mobile confortable et luxueuse qui leur garantira des moments de détente et de bien-être.

La Fédération Européenne de l'Hôtellerie de Plein Air estime que le secteur de l'hôtellerie de plein air représente 20 à 25 % de toutes les vacances prises en Europe tous les ans. Cette évaluation peut être faite grâce aux connaissances et la compréhension des membres du marché du tourisme.



■ Le marché de l'hôtellerie de plein air

Destinée aux gestionnaires de campings et aux tours opérateurs, la résidence mobile de loisirs locative représente 70 % des ventes, soit environ 18 000 unités.

Ces mobil-homes sont vendus en direct aux campings 3 et 4 étoiles pour la location saisonnière pour 80 % des ventes et le solde aux tours opérateurs.

L'activité de camping a commencé à se développer dans les années 50. Au cours des années 80, les campings se modernisent. Depuis 1990 le niveau moyen de qualité est largement au-dessus de celui des autres pays européens. Les campings ont beaucoup investi, sont très bien équipés et ont développé leur offre de services et d'accueil.

La résidence mobile représente pour les gestionnaires de camping l'avantage d'un retour sur investissement plus élevé que les caravanes ou les tentes et permet d'allonger la saison.

Les campings attendent du mobil-home qu'il soit solide, facile d'entretien et séduisant. Ils sont de plus en plus sensibles aux économies d'énergie et de maintenance et à des mobil-homes personnalisés. Ils se préoccupent également de leur intégration dans le paysage.

Quelques chiffres :

- En 2006, le nombre de mobil-homes en location dans les campings est de 62 000 unités.
- Le prix moyen d'une location est de 570 euros par semaine.
- Le prix moyen d'achat d'un mobil-home équipé et livré est d'environ 20 000 euros HT.

■ Le marché résidentiel

Destinée aux particuliers qui souhaitent l'installer dans un camping ou un parc résidentiel de loisirs, la résidence mobile de loisirs représente 30 % des ventes, soit environ 8 000 unités. 60 % de ces mobil-homes sont situés sur le littoral.

Le marché résidentiel a fortement progressé dans les années 90. Les particuliers voient dans ce mode d'habitation un moyen convivial et flexible de partir en vacances. Ce sont souvent d'anciens adeptes de la caravane et du camping-car qui souhaitent se fixer et ne plus se soucier du transport de leur hébergement pour les vacances. Ces vacanciers aiment revenir chaque année sur le même lieu de vacances. Les parcs résidentiels s'adressent donc le plus souvent aux habitués.

Les particuliers recherchent à travers leur mobil-home un espace de vie proche de la nature et de l'environnement. Un lieu de vie avec des animations et services avec un budget modéré.

Le prix de vente d'un mobil-home, équipé et livré, se situe entre 25 000 euros et 50 000 euros TTC. Il faut y ajouter la location annuelle de la parcelle : entre 2 000 et 4 000 euros.



LE CONTEXTE REGLEMENTAIRE, ECONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTAL DU MOBIL-HOME

■ Un produit normé pour rester déplaçable

Installation intermédiaire entre la caravane et le bungalow, le mobil-home trouve son implantation naturelle dans les terrains de camping, où il doit conserver en permanence des moyens de mobilité lui permettant d'être déplacé par simple traction.

Une norme bientôt complétée d'un décret

Une norme AFNOR définit le mobil-home comme étant « un véhicule habitable de loisirs transportable (...) qui conserve ses moyens de mobilité et qui est destinée à une occupation temporaire ou saisonnière » (norme NF S 56-410). Sa surface ne doit pas excéder 40 m² et certaines caractéristiques techniques permettant son déplacement doivent être respectées (conservation des roues et de la barre de traction, possibilité de circuler et de prendre un virage à 90° à 5 km/h, ...). Dans les faits, les professionnels appliquent d'ores et déjà cette norme, qui sera bientôt rendue obligatoire par la réglementation.

Un matériel déplaçable, sans emprise durable sur les terrains

Le mobil-home reste donc avant tout un matériel et diffère en cela de l'habitation légère de loisirs (bungalow, chalet, ...) qui est une construction devant être démontée pour être déplacée. Pour les gestionnaires de camping, le mobil-home offre une vraie souplesse d'adaptation aux attentes de leurs clients d'une année sur l'autre. Par ailleurs, en étant déplaçable, comme la plupart des installations des campings, il s'inscrit dans une logique de reconversion facilitée des terrains.

■ Un impact économique localement quantifiable

En compensant le lent déclin du camping traditionnel, sur emplacement nu, l'hébergement locatif de type mobil-home a permis de maintenir, avec l'hôtellerie de plein-air, un véritable tissu d'animation et de développement économique et social sur l'ensemble du territoire. Sans lui, l'équilibre financier des exploitations aurait été gravement menacé, car des millions de touristes n'y viendraient plus.

13 000 emplois permanents dans les campings, 3 000 chez les fabricants de mobil-homes

La première spécificité du mobil-home est d'être fortement consommateur de main d'œuvre, car il nécessite d'avantage d'entretien (inventaire, entretien du jardin, ménages, réparations,...). En moyenne, les gestionnaires de camping recrutent 1 employé pour 10 mobil-homes contre 1 employé pour 100 emplacements nus ! De plus, une véritable filière industrielle française de fabrication de mobil-homes s'est développée, non-délocalisable, créatrice de valeur, génératrice d'emplois et exportatrice.

Des recettes pour les collectivités locales

L'augmentation du nombre des mobil-homes au sein des campings s'accompagne par ailleurs d'une hausse des recettes fiscales des communes qui les abritent. D'abord en raison d'une augmentation de la taxe de séjour, rendue possible par un relatif allongement de la saison touristique, conséquence directe du confort des mobil homes. Grâce ensuite à l'augmentation conséquente des investissements au sein des exploitations, élargissant ainsi la base de la taxe professionnelle.

■ Un impact environnemental maîtrisable

Les professionnels sont conscients que le développement rapide du mobil-home a pu être parfois mal géré.

98% des matériaux utilisés recyclables

Aussi les constructeurs ont-ils fourni de nombreux efforts et continuent-ils d'en fournir afin d'améliorer l'esthétique des mobil-homes (toitures à double pente, couleurs harmonisées avec l'habitat local,...), ainsi que leur éco-conception (économies d'eau et d'énergie, utilisation de produits sûrs et non polluants, choix de matériaux recyclables, réflexions sur la création d'une filière de collecte-démontage-recyclage).

Une démarche en faveur de l'intégration paysagère

Côté exploitants, les professionnels s'associent étroitement aux réflexions des pouvoirs publics, notamment à l'occasion de la réforme de l'autorisation d'aménager, pour définir des critères exigeants d'intégration paysagère. Par ailleurs, un important effort est engagé pour inciter les campings à se conformer à une « charte paysagère », guide des bonnes pratiques sur la densification et l'aménagement des terrains.

Une forme de tourisme qui n'hypothèque pas l'avenir

Enfin, il faut noter que le mobil-home au sein des campings s'inscrit dans la vraie logique d'un tourisme durable, tant sur le plan économique, par la création d'emplois, que sur le plan environnemental, en favorisant des installations non pérennes et social en contribuant au maintien d'une offre de vacances à prix modiques.

www.beneteaugroup.com

Information groupe Bénéteau

Marie-Christine Campet Descamps / Céline Gordon
Tel : 01.53.65.37.95 / 96 – GSM : 06.07.70.13.18
Fax : 01.53.65.68.60 - Mail : marie.mcd@calyptus.net