

Accompagnement à la mise en œuvre d'une cartographie prospective des métiers et des compétences- Branche de l'hôtellerie de plein air



Sommaire

- > Analyse départementale de l'hôtellerie de plein air p.3
- > Caractéristiques des travailleurs de l'HPA p.22
- > Analyse prospective quantitative des emplois de demain p.49



SEMAPHORES

GROUPE ALPHA

Sémaphores Expertise SA

SA au capital de 1 784 415 €

*Société d'expertise comptable inscrite
au tableau de l'Ordre de la région
Occitanie*

Bureau :

Immeuble Les Portes d'Antigone
71 place Vauban • 34000 Montpellier
Tél. 04 67 13 81 76

Siège social :

20/24 rue Martin Bernard
75013 Paris • Tél. 01 53 62 70 00
388 269 045 RCS Paris
Numéro d'identification
intracommunautaire :
FR 10 388 269 045

Une société du Groupe Alpha

BORDEAUX • LILLE • LYON
MARSEILLE • METZ
MONTPELLIER • NANTES
NOUMÉA • ORLÉANS
PARIS • ROUEN
SAINT-DENIS DE LA RÉUNION
TOULOUSE



Analyse départementale de l'hôtellerie de plein air

Introduction

Cette étude s'inscrit dans le cadre de l'étape 1 « Analyse prospective sur l'évolution des emplois, des types de structure, notamment en fonction de la répartition géographique et des grandes tendances métiers et compétences ».

Objectifs de l'étude :

Il s'agit de mettre en avant, à partir de comparaisons départementales, les spécificités territoriales des entreprises de l'hébergement de plein air. Et ce, afin de donner aux experts des clés de compréhension pour maximiser l'efficacité des actions en prenant en compte la cible dans sa dimension territoriale.

Réalisation :

Nous avons choisi un certain nombre de variables pertinentes, dont l'analyse est représentée sur une carte, en partant d'une échelle départementale. L'analyse cartographique permet de rapidement mettre en avant les départements sur lesquels sont sur-représentés un type d'établissement.

Sources :

Les données choisies et collectées sont issues des bases de données des principaux organismes de statistique nationale (INSEE, ACOSS, URSSAF) et des institutions qui produisent des données chiffrées ou des analyses spécifiques au secteur du tourisme (Atout France, ORT). L'ensemble des données font l'objet d'un retraitement par Sémaphores pour les rendre compatibles à des comparaisons toutes choses égales par ailleurs.



La France des campings

Répartition des établissements par département 1/2

La première approche pour comprendre comment le marché de l'hôtellerie de plein air s'articule est d'analyser la répartition des établissements sur le territoire.

Un établissement est une «unité de production géographiquement individualisée, mais juridiquement dépendante de l'unité légale» (INSEE). C'est-à-dire qu'un petit camping sans salarié est ici à égalité avec le plus important camping de France.

Une entreprise peut être constituée de plusieurs établissements.

TOP 10 des départements ayant le plus d'établissements de camping

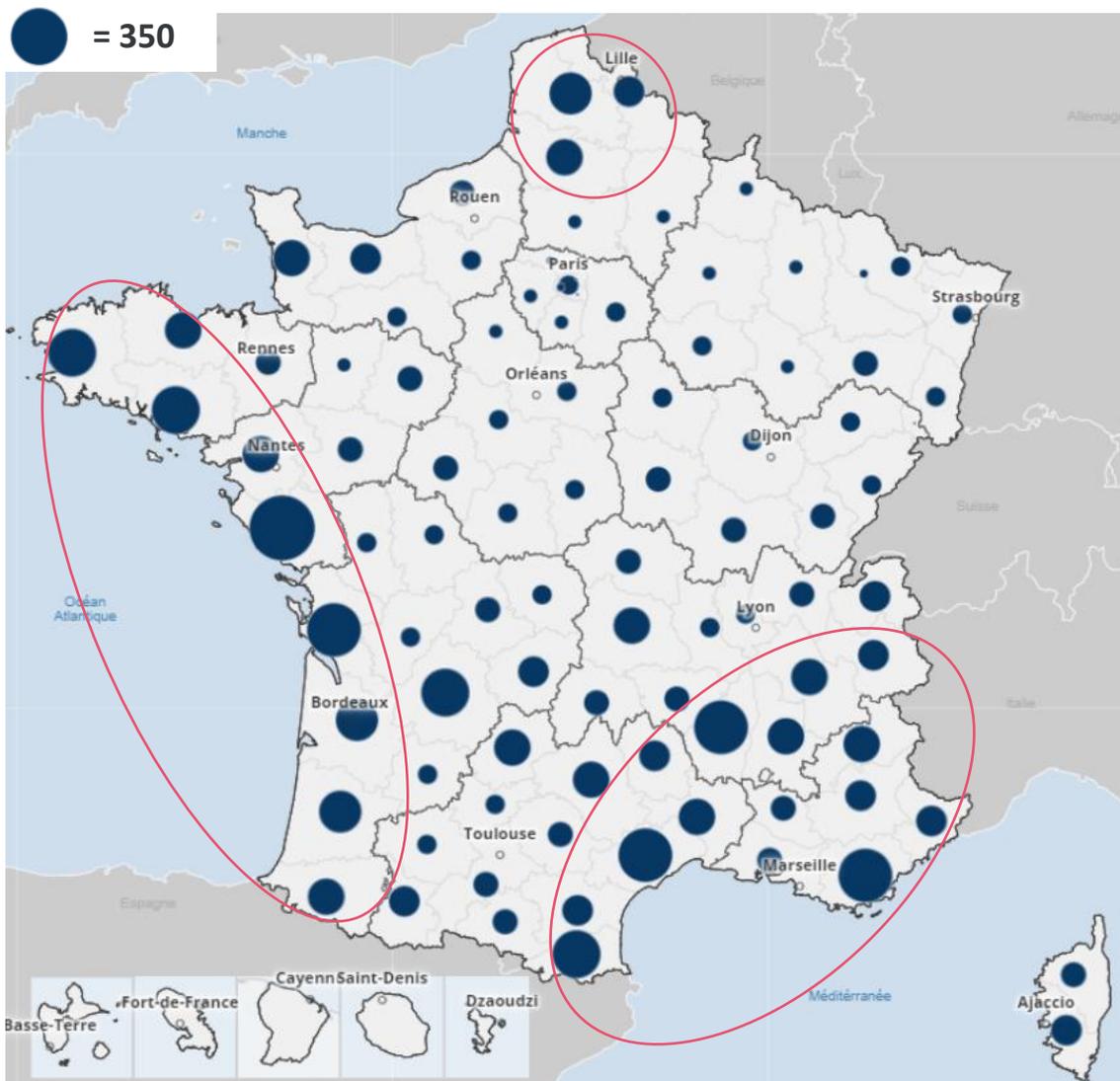
Numéro de département	Département	Nombre de campings
85	Vendée	469
17	Charente-Maritime	370
34	Hérault	344
83	Var	340
07	Ardèche	329
29	Finistère	305
56	Morbihan	298
24	Dordogne	267
66	Pyrénées-Orientales	252
62	Pas-de-Calais	242

On compte **10.506 établissements** enregistrés sous le code NAF 55.30Z (Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs).

Lorsque l'on analyse le top10 des départements qui concentrent le plus de campings, on trouve :

- 5 départements de la côte Atlantique, 3 sur la côte Méditerranéenne
- Un top 1 (La Vendée) qui se détache notablement du reste du classement (26% de campings de plus qu'en Charente-Maritime).

Répartition des établissements par département 2/2



Cette carte met en exergue le nombre d'établissements par départements. Plusieurs pôles se détachent sur la carte :

- Le Nord de la France
- La façade atlantique, du Finistère au Pays Basque.
- La côte Méditerranéenne et une partie de la région Auvergne-Rhône-Alpes (Drôme, Isère, Ardèche...)



La France de l'offre

Répartition des emplacements par département 1/3

Afin d'aller plus loin dans notre compréhension du tissu des entreprises de l'hôtellerie de plein air, ajoutons à notre analyse la variable du nombre d'emplacements de campings par département.

L'objectif est de pouvoir distinguer les départements où se situent en moyenne, le plus d'établissements importants, en construisant l'indicateur du nombre d'emplacements moyen par camping.

Cette analyse nous permet également de comparer la répartition avec celle de la première carte et de vérifier si les départements qui comptent le plus de campings sont également ceux qui comptent le plus d'emplacements.

TOP 10 des départements ayant le plus d'emplacements moyens par camping

Numéro de département	Département	Emplacements moyens par camping
33	Gironde	179
40	Landes	169
34	Hérault	139
66	Pyrénées-Orientales	139
17	Charente-Maritime	128
83	Var	123
85	Vendée	121
57	Moselle	115
2B	Haute-Corse	109
14	Calvados	107

Répartition des emplacements par département 2/3

On compte un total de 901.798 emplacements enregistrés par les campings en France (INSEE). En moyenne, un camping en France comporte 71 emplacements.

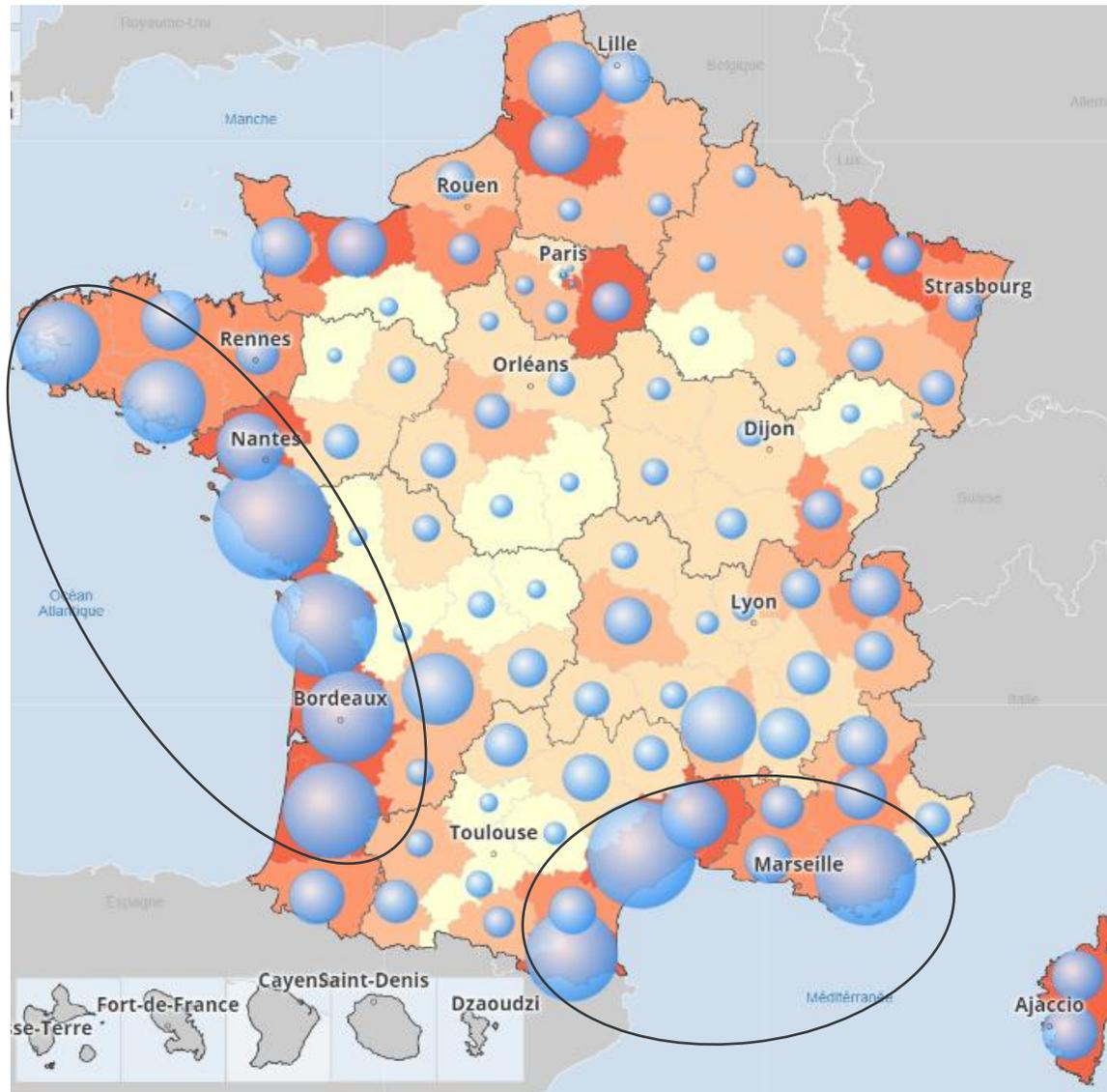
Lorsque l'on analyse le top10 des départements qui réunissent le plus d'emplacements par camping, on trouve :

- 5 départements (Hérault, Pyrénées-Orientales, Charente-Maritime, Var et Vendée) qui étaient également présents dans les départements qui comptent le plus d'établissements.
- Ces 5 départements comptent donc de nombreux établissements mais également des établissements particulièrement importants en terme d'emplacements proposés.
- Des surprises apparaissent également (Le Calvados, La Moselle, la Haute-Corse). Ces départements, même si ils comptent moins de camping que les autres, apparaissent comme ayant en moyenne des campings de plus grande taille qu'ailleurs.
- Notons tout de même qu'un indicateur basé sur une moyenne peut être tiré par le haut par un petit nombre de gros campings (exemple de la Moselle).

TOP 10 des départements ayant le plus d'emplacements moyens par camping

Numéro de département	Département	Emplacements moyens par camping
33	Gironde	179
40	Landes	169
34	Hérault	139
66	Pyrénées-Orientales	139
17	Charente-Maritime	128
83	Var	123
85	Vendée	121
57	Moselle	115
2B	Haute-Corse	109
14	Calvados	107

Nombre d'emplacements par département 3/3

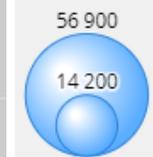


Nous disposons sur cette carte de deux informations : Le total brut d'emplacements par département (bulle) et le nombre d'emplacements moyen par campings (couleur).

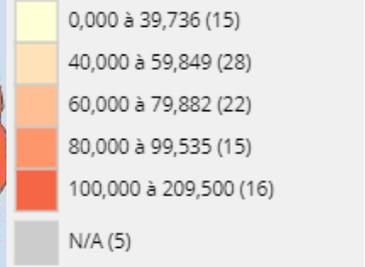
Cette carte nous permet de mettre en relation l'offre (le nombre total d'emplacements disponibles) avec la taille des établissements.

Et également de conclure qu'en général, les départements qui comptent le plus de campings comptent aussi un nombre important d'emplacements et d'établissements de grande taille.*

1 Nombre d'emplacements



2 Emplacements / Camping



Exemple d'utilisation : comparaison du Finistère et de la Loire-Atlantique.

On observe que le Finistère compte plus d'emplacements (bulle plus grosse) mais des campings en moyenne plus petits qu'en Loire-Atlantique (orange contre rouge).

**On remarque que l'Ardèche et la Dordogne, présents dans le top10 du nombre de campings, sont constitués de campings qui comptent en moyenne de 60 à 80 emplacements.*



La France étoilée

Répartition des campings par étoiles

La troisième variable choisie pour l'analyse est celle du classement des campings. Cette nouvelle catégorie introduite, dont la base de données est fournie par Atout France, nous permet d'aborder la répartition des campings sur le territoire avec un nouveau regard.

L'objectif premier est de pouvoir observer les départements qui comptent le plus de campings étoilés. Ensuite, nous avons calculé différents taux (Taux de campings étoilés, taux de campings supérieurs à 3 étoiles) et un score moyen (Nombre total d'étoiles divisé par le nombre de campings étoilés).

Le top 10 des départements affichés se base ici sur le taux de campings supérieurs à 3 étoiles (les plus petites valeurs ont été supprimées pour ne pas fausser le classement).

TOP 10 des départements ayant le plus fort taux de camping supérieur ou égal à 3 étoiles

Quelques chiffres :

On compte 5996 établissements classés en France, ce qui représente 57% des campings au total.

En France, les établissements classés ont un classement moyen de 2,8 étoiles.

Sur le nombre total d'établissements de camping en France (classés ou pas), seul 2,2% sont classés 5 étoiles, ce qui représente à peine plus d'un camping sur 50.

Numéro de département	Département	Nombre de campings étoilés	Score moyen	Taux de campings étoilés	Taux de camping > 3*
66	Pyrénées-Orientales	182	3,2	72%	56%
24	Dordogne	184	3,1	69%	55%
85	Vendée	325	3,2	69%	51%
17	Charente-Maritime	268	3,0	72%	50%
07	Ardèche	215	3,1	65%	50%
2A	Corse-du-Sud	78	2,9	66%	50%
13	Bouches-du-Rhône	61	3,0	62%	48%
34	Hérault	218	3,2	63%	48%
44	Loire-Atlantique	118	3,0	63%	47%
33	Gironde	126	3,1	65%	47%

Nombre de campings classés et classement moyen

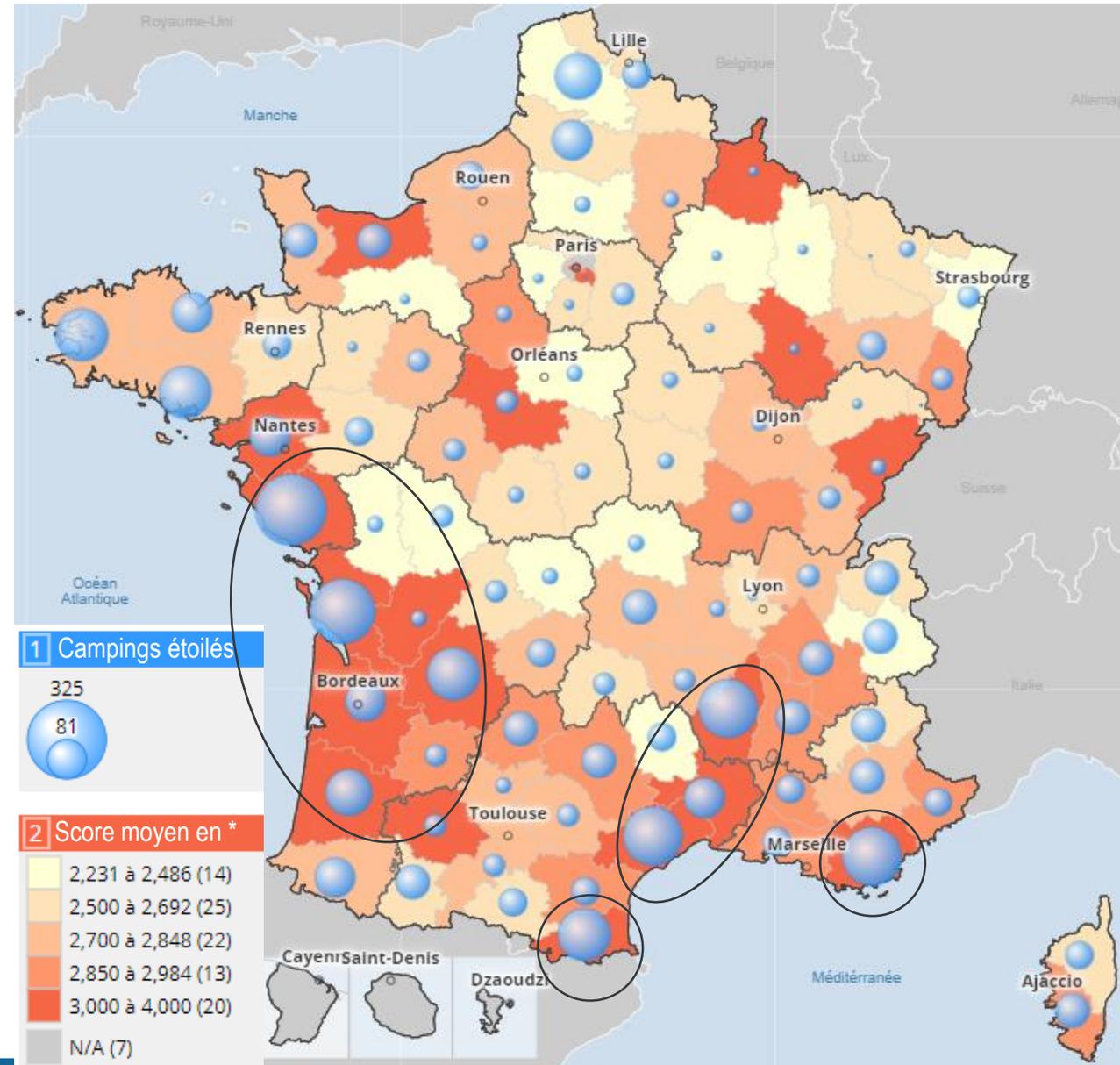
Encore une fois, cette carte dispose de deux informations superposées :

- Le nombre d'établissements étoilés (bulle)
- Le score moyen des établissements étoilés (couleur)

La mise en relation de ces deux informations nous permet d'avancer la conclusion suivante :

Généralement, les départements qui comptent le plus de campings étoilés sont ceux qui offrent le niveau de standing le plus élevé (Vendée, Charente-Maritime, Dordogne, Ardèche, Hérault, Var, Pyrénées-Orientales).

Néanmoins deux régions viennent contrebalancer cette analyse : La Bretagne et le Nord de la France comptent de nombreux établissements étoilés, mais classés majoritairement 2 étoiles ou moins.





La France des employeurs

Répartition des campings employeurs

Intéressons-nous aux campings qui déclarent avoir employé au moins un salarié au cours de l'année 2019.

Nous disposons des informations liées au nombre (et à la part), pour chaque département, de campings qui se déclarent employeurs dans l'année.

L'objectif est de comprendre comment se répartissent les établissements employeurs sur le territoire. A travers cette variable se dessine une catégorie d'établissement, plus importants, et qui proposent des services supplémentaires à leur clientèle. Cette analyse fait fortement écho à la répartition des campings par étoiles et on peut observer que le top 10 des départements qui emploient le plus de salariés est, encore une fois, sensiblement le même.

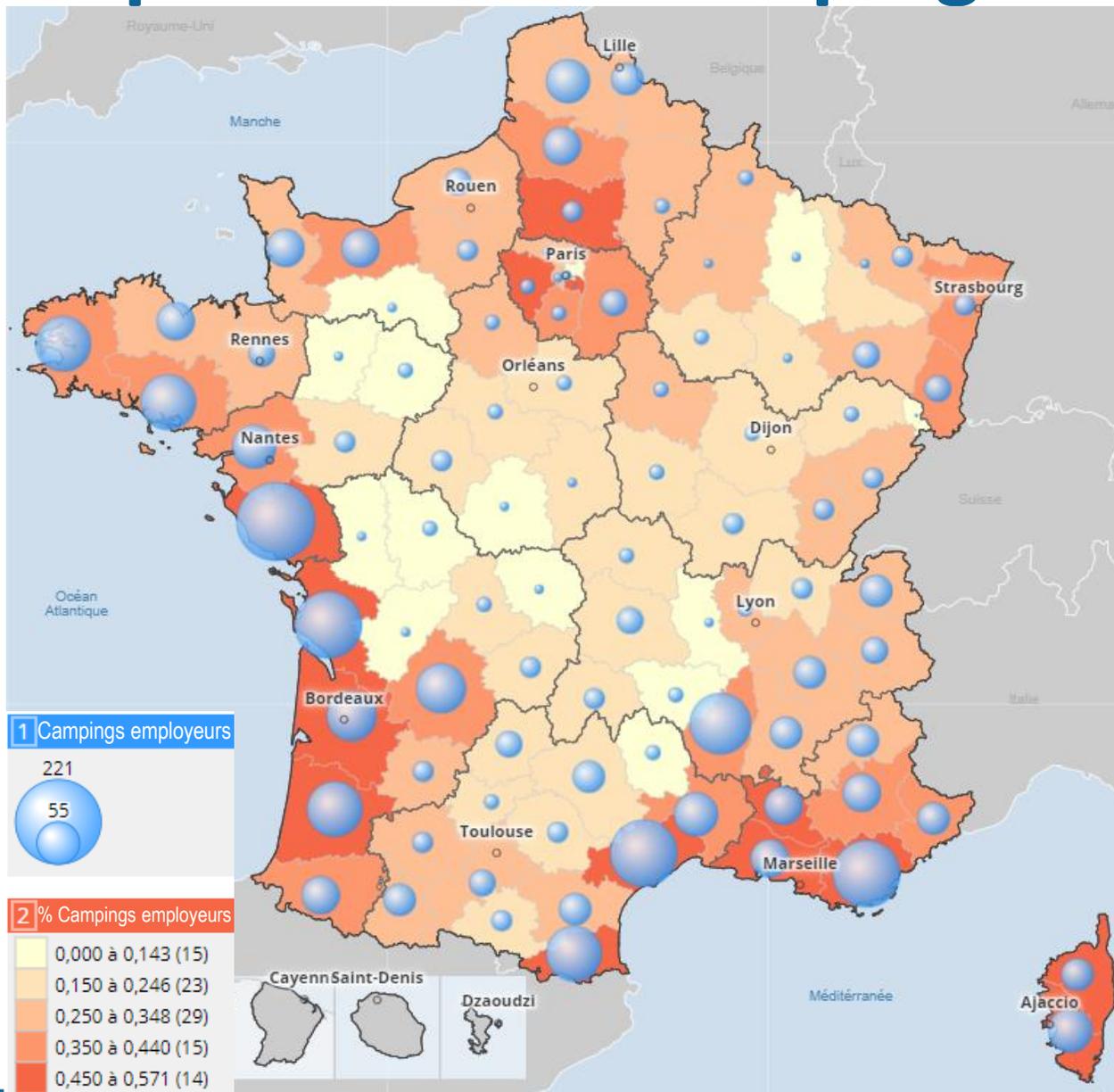
Numéro de département	Département	Nombre de campings employeurs	Taux de campings employeurs
85	Vendée	221	47%
17	Charente-Maritime	186	50%
34	Hérault	172	50%
83	Var	165	49%
07	Ardèche	132	40%
66	Pyrénées-Orientales	127	50%
56	Morbihan	116	39%
29	Finistère	110	36%
40	Landes	108	46%
24	Dordogne	100	37%

Chiffres clés :

A peine plus d'un tiers (34%) des campings de France déclarent avoir employé au moins un salarié en moyenne en 2019.

Seul 60 établissements déclarent employer plus de 20 salariés.

Répartition des campings employeurs



Encore une fois, cette carte présente deux informations superposées :

- Le nombre d'établissements employeurs par département (bulle)
- Le taux de campings employeurs (couleurs) qui correspond au nombre d'établissements employeurs divisé par le nombre total d'établissements.

La mise en relation de ces deux informations nous permet d'avancer la conclusion suivante :

Les départements qui comptent le plus de campings employeurs (bulle) sont généralement ceux qui comptent le taux de campings employeurs le plus fort (couleur). Il y a donc un effet d'entraînement dans les départements qui comptent le plus de campings.

On observe que le taux de campings employeurs est généralement plus élevé dans les départements du sud de la France ayant un accès maritime, même quand ceux-ci comportent moins d'établissements employeurs (Corse, Bouches-du-Rhône, Gironde).



La France des emplois

Répartition et évolution des emplois

Après avoir réalisé un zoom sur les campings employeurs, intéressons-nous maintenant à l'évolution du volume d'emplois salariés déclarés dans des campings sur les dix dernières années.

Nous disposons des informations liées au nombre (et à la part), pour chaque département, de campings qui se déclarent employeurs dans l'année et du nombre de salariés employés de 2009 à 2019.

La mise à plat de ces variables vise à répondre aux questions suivantes :

- Comment sont répartis les salariés des campings sur le territoire en 2019 ?
- Comment ces volumes départementaux ont-ils évolué sur les 10 dernières années ?
- Peut-on mettre en exergue des tendances régionales concernant le volume et l'évolution du nombre d'emplois dans les établissements 55.30Z en France ?

Quelques chiffres :

51% des salariés employés par des campings le sont dans les 10 premiers départements employeurs.

Numéro de département	Département	Nombre de campings employeurs	Nombre de salariés	Taux de campings employeurs	Evolution des effectifs 2009-2019
34	Hérault	172	1039	50%	32%
83	Var	165	727	49%	-8%
85	Vendée	221	659	47%	13%
66	Pyrénées-Orientales	127	613	50%	-3%
17	Charente-Maritime	186	589	50%	8%
40	Landes	108	587	46%	40%
33	Gironde	90	497	46%	40%
13	Bouches-du-Rhône	55	328	56%	18%
30	Gard	85	328	44%	13%
29	Finistère	110	277	36%	5%

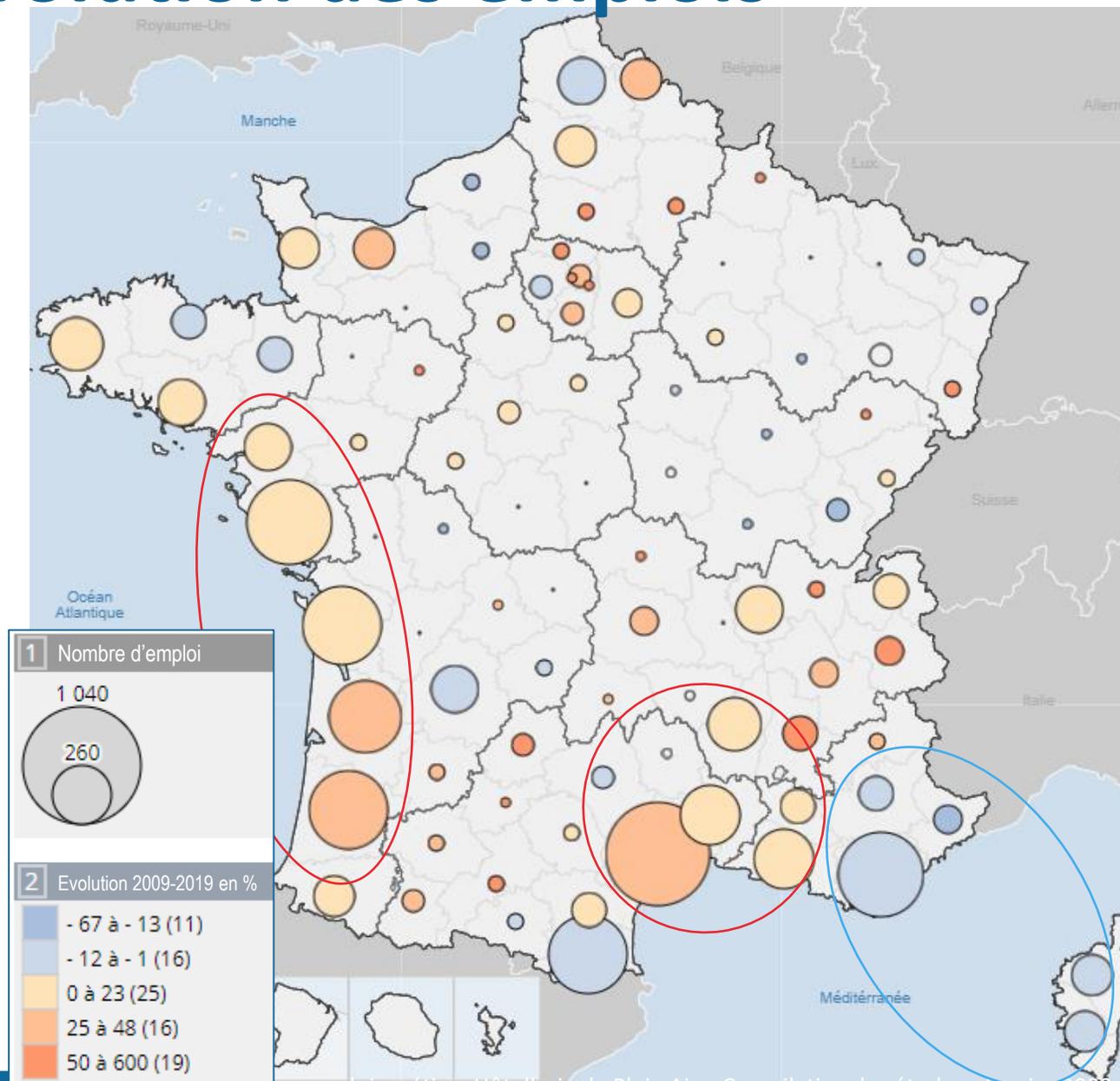
Répartition et évolution des emplois

Les informations sont ici triées en deux parties :

- La taille de la bulle représente le nombre d'emplois dans l'année (tel que défini par l'ACOSS, moyenne de l'emploi au dernier jour de chaque trimestre)
- La couleur de la bulle représente le taux d'évolution de l'emploi sur les dix dernières années (2009-2019), avec en bleu une évolution négative et en orange-rouge une évolution positive.

Plusieurs phénomènes peuvent être observés :

- La montée en puissance de la côte atlantique et de la méditerranée (de l'Hérault aux Bouches-du-Rhône).
- Le fléchissement des départements de la côte d'Azur, de la Corse et des Pyrénées-Orientales.



Sources

ATOUT FRANCE

Export des établissements de camping classés

<https://www.classement.atout-france.fr/>

INSEE SIRENE

Export des établissements sur la France Métropolitaine par code NAF

<https://www.sirene.fr/sirene/public/static/open-data>

ACOSS

Données 2019 – Les dénombrements annuels des établissements employeurs et des effectifs salariés

<https://www.acoss.fr/home/observatoire-economique/donnees-statistiques/bases-de-donnees/les-denumerements-annuels.html>



SEMAPHORES

GROUPE ALPHA

Sémaphores Expertise SA

SA au capital de 1 784 415 €
Société d'expertise comptable inscrite
au tableau de l'Ordre de la région
Occitanie

Bureau :

Immeuble Les Portes d'Antigone
71 place Vauban • 34000 Montpellier
Tél. 04 67 13 81 76

Siège social :

20/24 rue Martin Bernard
75013 Paris • Tél. 01 53 62 70 00
388 269 045 RCS Paris
Numéro d'identification
intracommunautaire :
FR 10 388 269 045

Une société du Groupe Alpha

BORDEAUX • LILLE • LYON
MARSEILLE • METZ
MONTPELLIER • NANTES
NOUMÉA • ORLÉANS
PARIS • ROUEN
SAINT-DENIS DE LA RÉUNION
TOULOUSE

Caractéristiques des travailleurs de l'HPA

Analyse des données INSEE

Rappel Commande INSEE

Pour rappel, la commande passée à l'INSEE porte sur **les personnes enregistrées comme travaillant dans des établissements du code NAF 55.30Z.**

Elle cible **4 critères d'analyse** :

- le sexe,
- l'âge (découpé en 6 tranches d'âge),
- le diplôme (découpé en 12 niveaux),
- les conditions d'emploi (découpées en 8 statuts).

Ces critères sont **croisés avec deux modalités** :

- le département (hors DOM-TOM),
- la Profession et Catégorie socio-professionnelle ou PCS (découpée en 28 catégories).



Point de vigilance

L'INSEE enregistre 17164 personnes en France métropolitaine travaillant dans le secteur de l'HPA. Aussi, dans certains départements, on ne dispose pas suffisamment de données pour les analyser de manière significative.

Sommaire & méthodologie

1. Caractéristiques socio-professionnelles des effectifs de l'HPA

1. Caractéristiques tous travailleurs confondus
2. Personas
 - Les gérants
 - Les employés (*opérateur en hôtellerie-restauration, gouvernante, réceptionniste*)
 - Les ouvriers (*agent d'entretien et de maintenance, agent de nettoyage*)
 - Les professions intermédiaires (*assistante de direction, secrétaire*)
 - Les cadres (*juriste, RH, community manager, acheteur*)

2. Analyse régionale

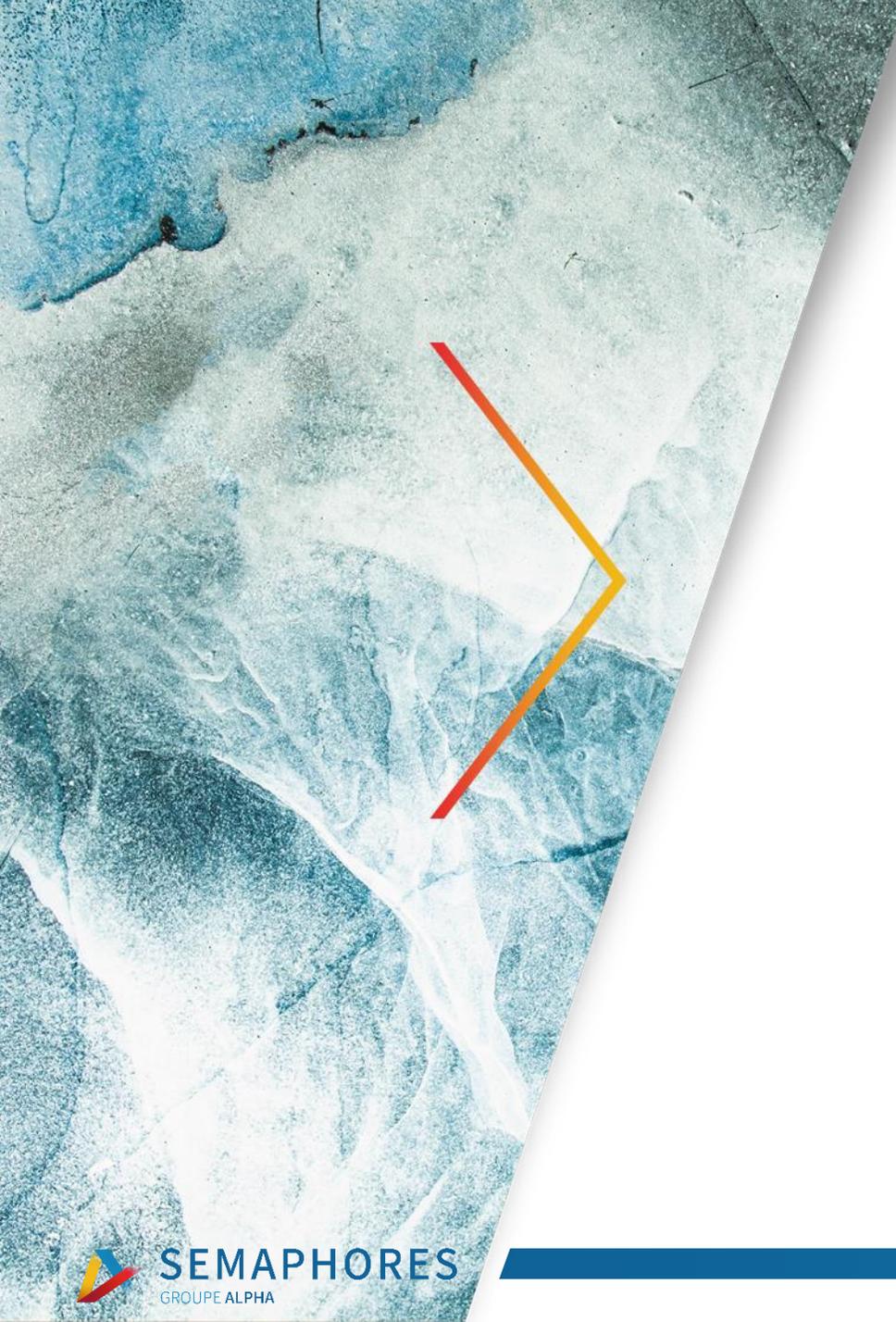
1. La féminisation
2. Le vieillissement
3. Les bacheliers
4. Les CDI

Première partie

- L'étude des caractéristiques des travailleurs est fondée sur l'analyse statistique des données INSEE.
- Aussi, pour chaque catégorie on observe **la répartition par sexe, par tranche d'âge, par niveau de diplôme et par type de contrat.**
- **Les 5 personas couvrent près de 80% des effectifs totaux de l'HPA.**
- Chaque caractéristique des personas est comparée à la moyenne tous travailleurs confondus.
- Puis, on croise ces données avec les résultats de l'enquête en ligne afin de **cibler les enjeux clés et les compétences à développer.**

Deuxième partie

- **L'analyse régionale a été préférée à l'analyse départementale** à cause du manque de précision des données à cette échelle.
- Chacun des 4 critères a été analysés.

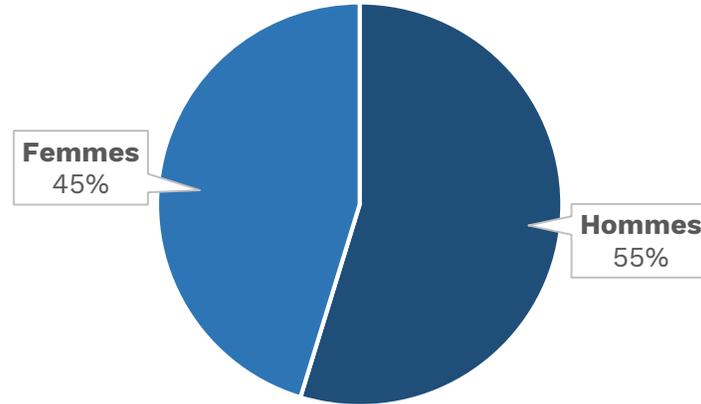


Caractéristiques socio- professionnelles des effectifs de l'HPA

Caractéristiques tous travailleurs confondus

Une PETITE majorité d'hommes de 45 à 59 ans

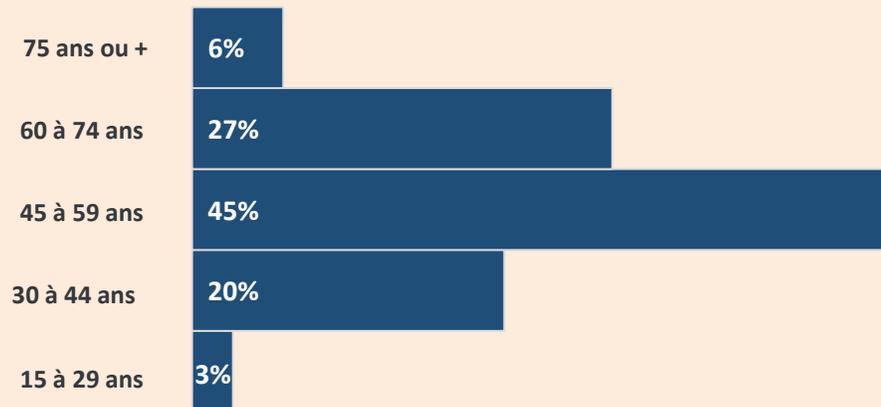
Une petite majorité d'hommes



Une structure par sexe proche de la **parité** malgré une majorité d'hommes.

Lecture : 55% des personnes travaillant dans des campings sont des hommes.

Une majorité de 45-59 ans



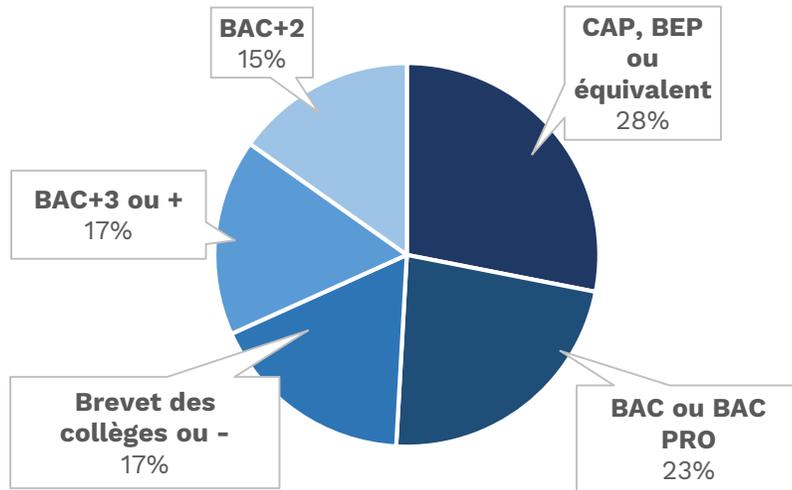
Une structure par âge relativement vieillissante :

- **Près de 7 travailleurs sur 10 ont plus de 45 ans**
- Plus de 3 travailleurs sur 10 ont au moins 60 ans.

Lecture : 45% des personnes travaillant dans des campings ont entre 45 et 49 ans.

Une majorité de BACHELIERS & de CDI

Une majorité de travailleurs bacheliers



Plus de la moitié des travailleurs sont titulaires du baccalauréat.

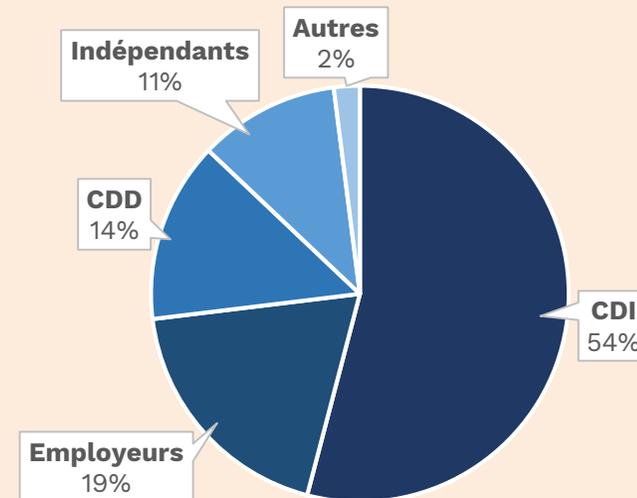
Près de 3 travailleurs sur 10 ont obtenu un diplôme d'études professionnelles (CAP, BEP).

Lecture : 28% des personnes travaillant dans des campings sont titulaires d'un CAP, BEP ou équivalent.

Les CDI restent le premier type de contrats proposés.

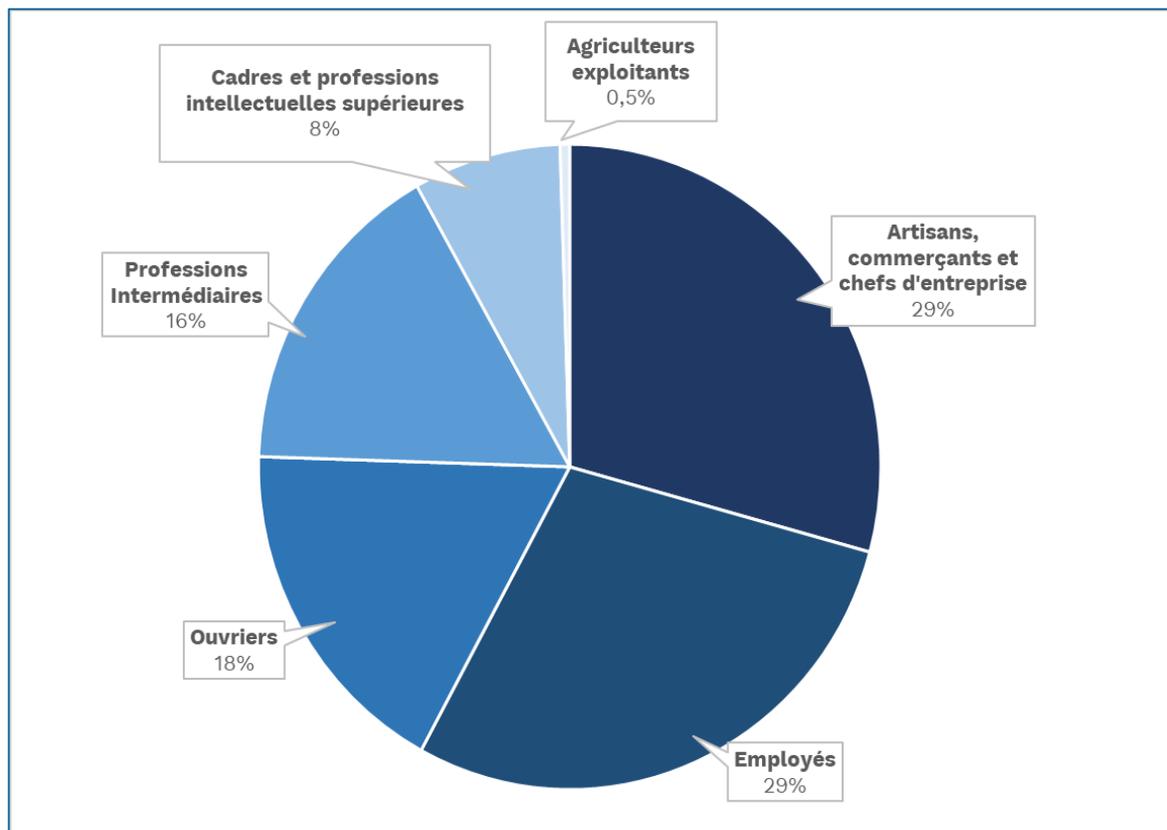
Lecture : 54% des personnes travaillant dans des campings sont en CDI.

Une majorité de CDI



Une structure dominée par les gérants et leurs Employés/Ouvriers

Une représentation majoritaire des chefs d'entreprise et de leurs employés/ouvriers



Les effectifs des travailleurs du secteur de l'HPA se composent :

- **Pour moitié d'employés et/ou d'ouvriers :**
 - Les employés représentent près 30% des effectifs. Parmi eux, la quasi-totalité fait partie de la catégorie « Personnels des services directs aux particuliers ».
 - A côté, les ouvriers représentent près de 2 travailleurs sur 10.
- **De près de 30% de chefs d'entreprise.** Ce sont les gérants des campings.
- Près d'un quart de professions intermédiaires et cadres.

Lecture : 29% des personnes travaillant dans les campings sont artisans, commerçants, chefs d'entreprise.

PROFIL-TYPE d'un travailleur de l'HPA

Moyenne tous métiers compris

C'est homme ou une femme

- 55% d'hommes
- 45% de femmes

Il a la cinquantaine

- 45% de 45-59 ans
- 27% de 60-74 ans
- 20% de 30-44 ans

C'est l'ouvrier ou le gérant

- 47% d'ouvriers/employés
- 29% d'ACCE



Il a majoritairement le baccalauréat

- 55% ont le bac ou plus
- 28% ont un CAP/BEP ou équivalent
- 17% ont le brevet des collèges ou rien

Il est employé en CDI ou c'est l'employeur

- 54% sont en CDI
- 29% sont Chef d'entreprise (employeur indépendant)
- 14% sont en CDD





Personas



Les gérants

PROFIL-TYPE du Gérant

Artisans, Commerçants & chefs d'entreprise

C'est majoritairement un homme

- 59% d'hommes
- 41% de femmes



Il a la cinquantaine

- 54% de 45-59 ans
- 28% de 60-74 ans
- 12% de 30-44 ans



Il a baccalauréat ou plus

- 61% ont le bac ou plus
- 25% ont un CAP/BEP ou équivalent
- 14% ont le brevet des collèges ou moins



Il est employeur

- 62% sont Employeurs
- 37% sont Indépendants
- 1% sont Aides familiaux



Par rapport à la moyenne du secteur de l'HPA tous métiers confondus, les gérants :

- Sont plus souvent des hommes.
- Ont une moyenne d'âge plus élevée. Près de 9 sur 10 ont plus de 45 ans.
- Ont plus fréquemment le baccalauréat ou un diplôme d'études supérieures.

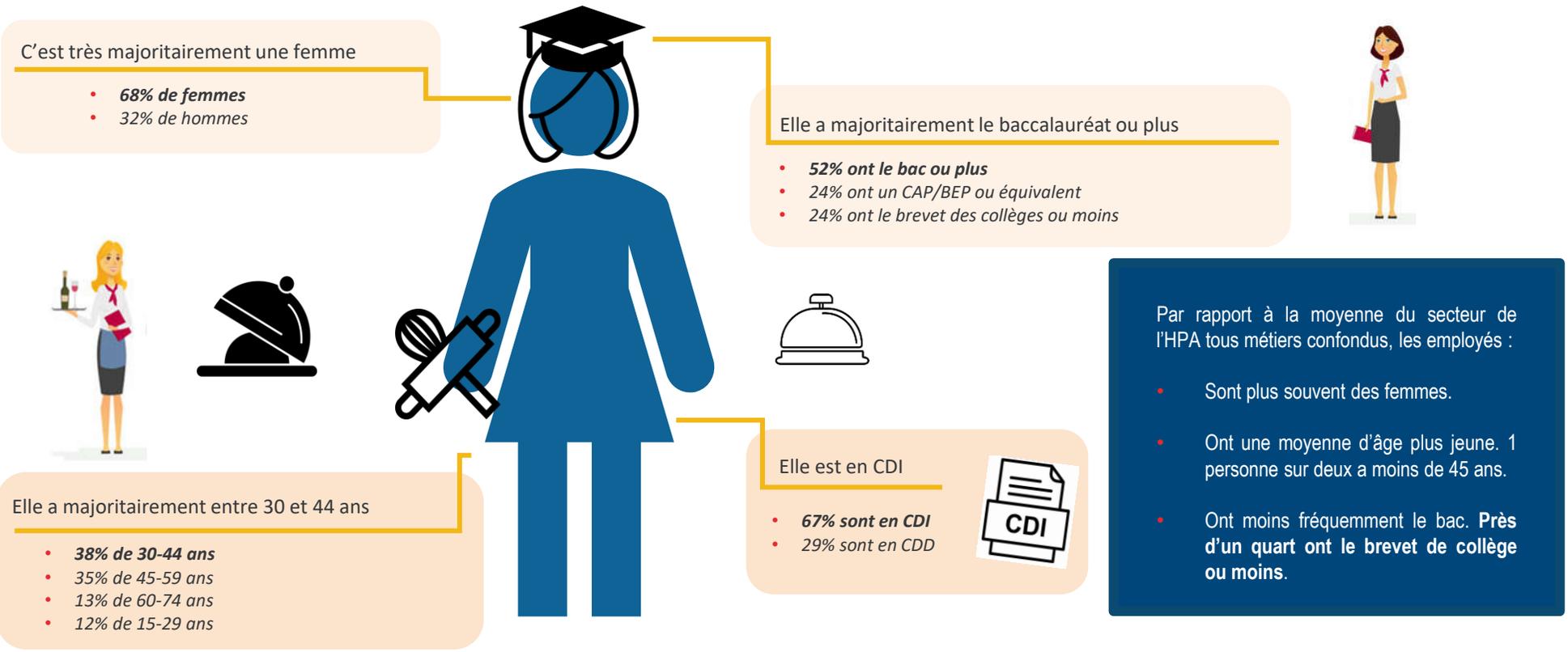
- Ils sont **5015** en France soit **29%** du total des travailleurs de l'HPA.
- Au regard de leur moyenne d'âge, la question du renouvellement des postes/des générations se pose.
- *Quelles sont les compétences à développer ?* Les nouvelles formes de gestion et de management et la maîtrise de langues étrangères.

Les employés

*Opérateurs en hôtellerie-restauration,
GOUVERNANTE, RECEPTIONNISTE*

Opérateurs en hôtellerie-restauration, GOUVERNANTE, RECEPTIONNISTE

Employés



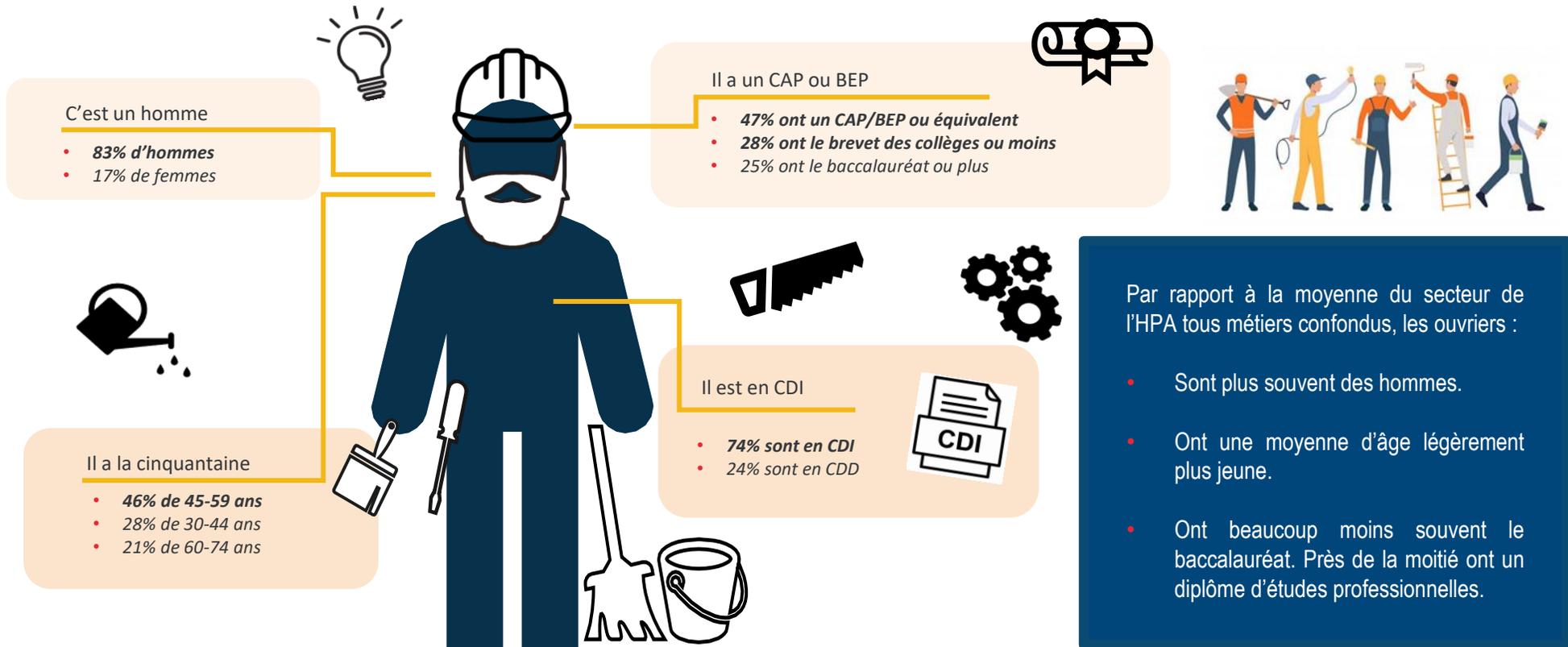
- Ils sont **2901** en France soit **17%** du total des travailleurs de l'HPA.
- Sur ce type de poste, la question de la polyvalence est centrale.
- *Quelles sont les compétences à développer ?* La maîtrise de langues étrangères en priorité, puis, les techniques de relation clientèle et la maîtrise de logiciels informatiques.

Les Ouvriers

*Agent d'entretien & de Maintenance,
AGENT DE NETTOYAGE*

Agent d'entretien & de Maintenance, AGENT DE NETTOYAGE

Ouvriers de type artisanal



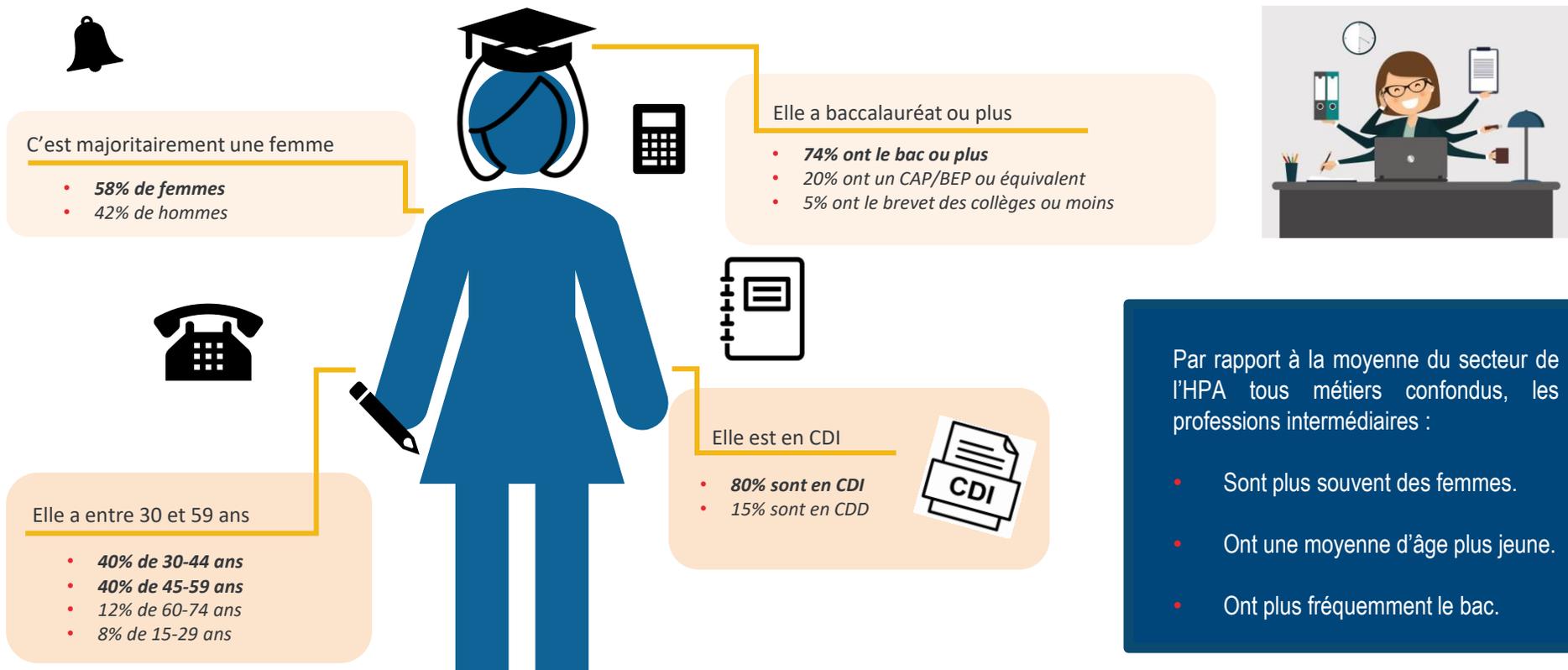
- Ils sont en **2758** France soit **16%** du total des travailleurs de l'HPA.
- Au regard de leur moyenne d'âge, la question du renouvellement des postes/des générations se pose.
- *Quelles sont les compétences à développer ?* La polyvalence, l'enjeu est de pouvoir recruter une personne assumant tous les travaux de maintenance et d'entretien. Les compétences relatives à la maintenance des piscines sont particulièrement recherchées.

Les Professions intermédiaires

*Assistant de direction, secrétaire,
comptable, Agent de maitrise administratif*

Assistant de direction, secrétaire, comptable, Agent de maitrise administratif

Profession intermédiaire



- Ils sont en **1708** France soit **10%** du total des travailleurs de l'HPA.
- La question de la polyvalence est plus importante sur ce type de postes.
- *Quelles sont les compétences à développer ?* La communication digitale, la comptabilité, la maîtrise de logiciels informatiques.

Les Cadres

Juriste, RH, Community manager, Acheteur

Juriste, RH, Community manager, Acheteur

Cadres

C'est homme ou une femme

- 52% d'hommes
- 48% de femmes



Il a la cinquantaine

- 54% de 45-59 ans
- 16% de 60-74 ans
- 30% de 30-44 ans



Il a le baccalauréat

- 82% ont le bac ou plus
- 13% ont un CAP/BEP ou équivalent
- 5% ont le brevet des collèges ou rien



Il est employé en CDI

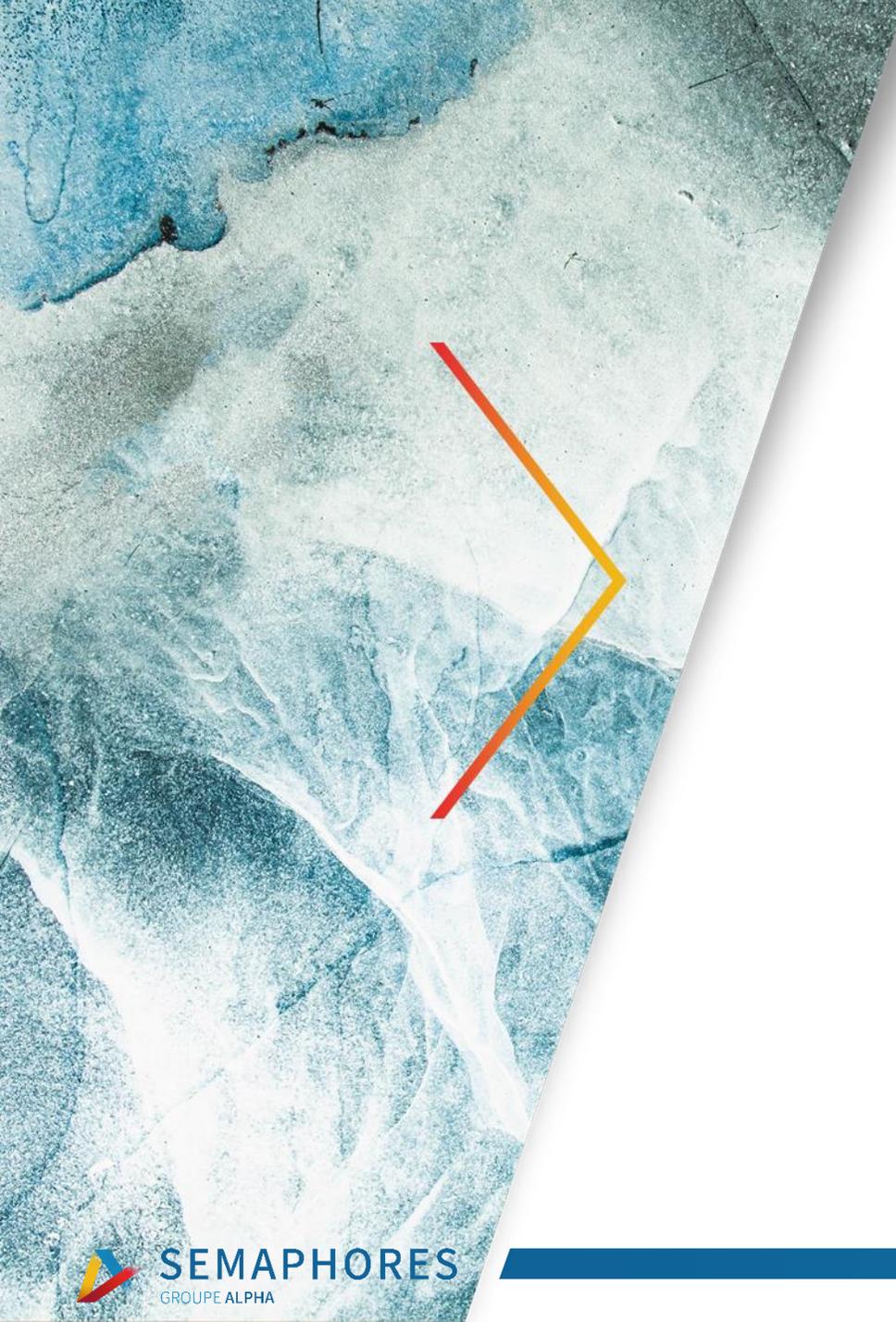
- 100% sont en CDI



Par rapport à la moyenne du secteur de l'HPA tous métiers confondus, les cadres :

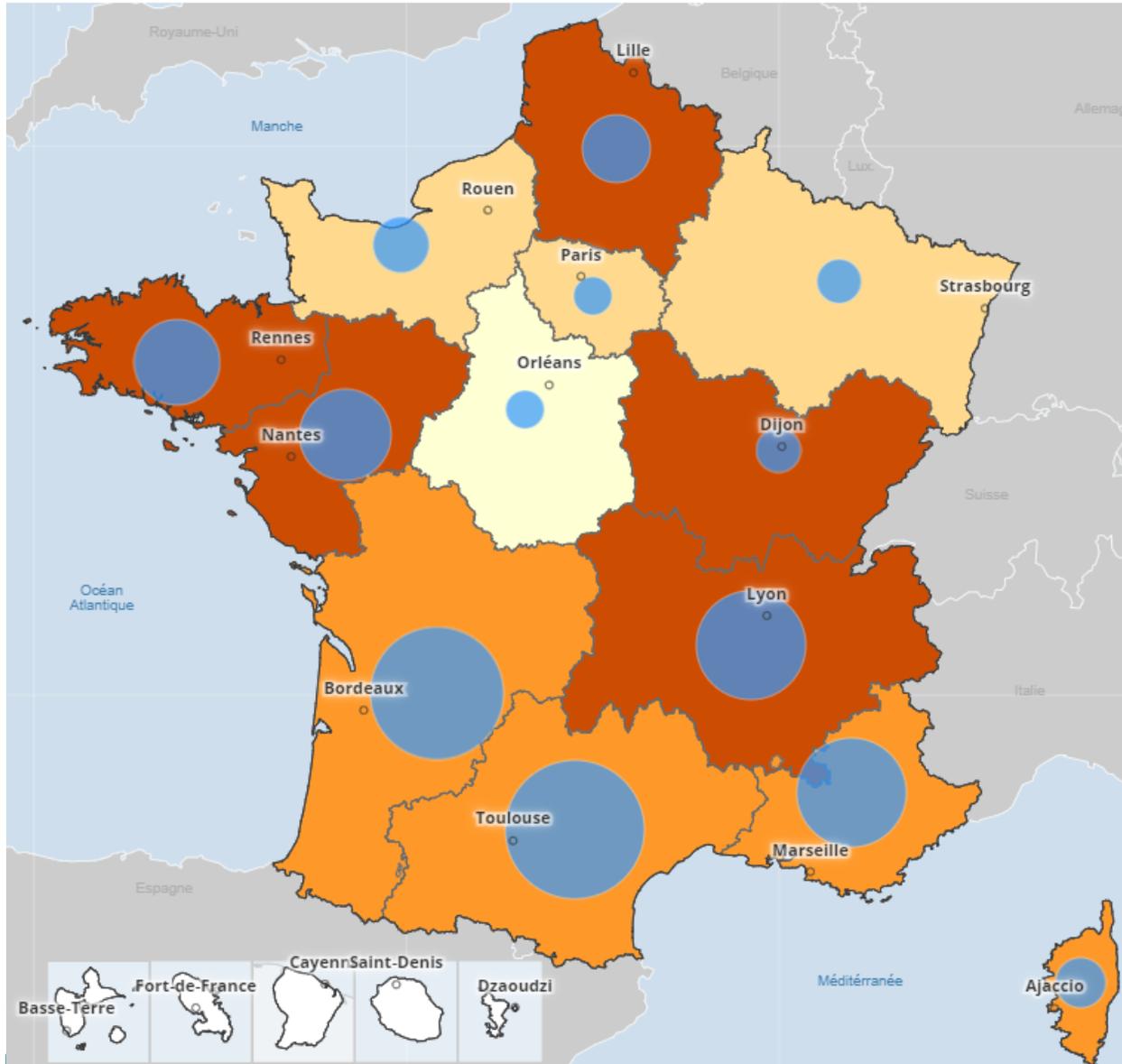
- Sont plus jeunes.
- Ont beaucoup plus fréquemment le bac.
- Sont uniquement embauchés en CDI.

- Ils sont **1069** en France soit **6%** du total des travailleurs de l'HPA.
- La question à aborder sur ce type de postes est celle de la polyvalence.
- *Quelles sont les compétences à développer ?* La maîtrise des normes et obligations légales, la maîtrise des réseaux sociaux et des techniques de communication afférentes, le marketing, les achats et les RH.

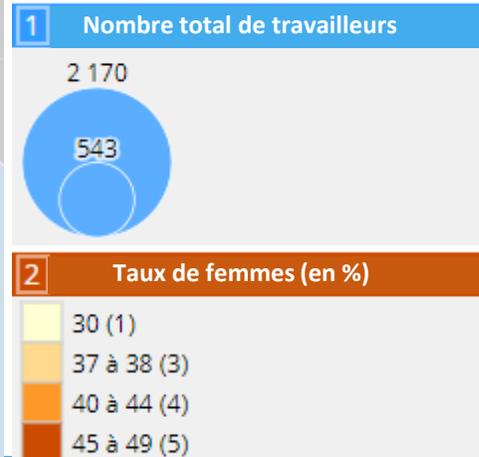


Analyse régionale

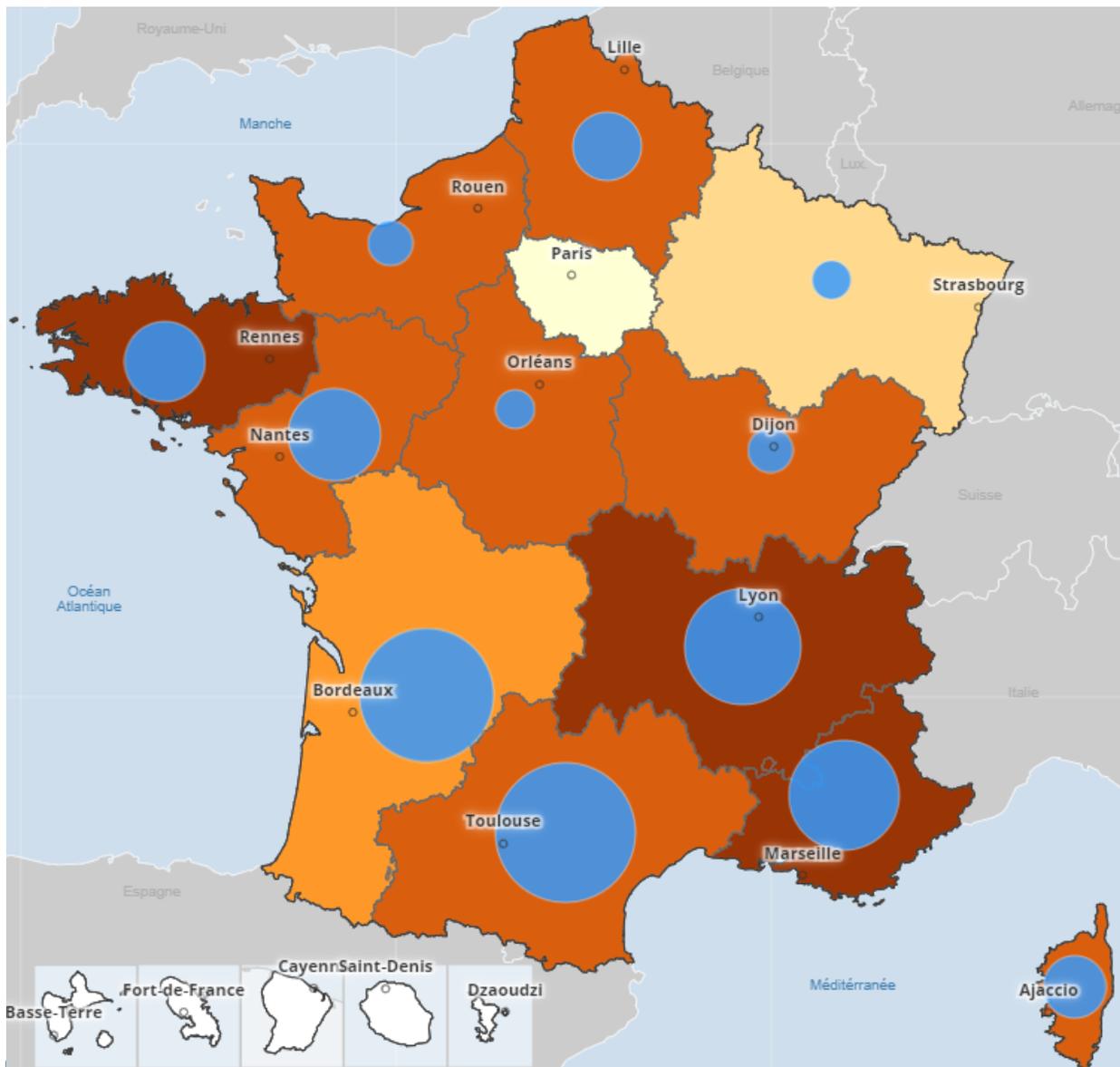
Taux de féminisation



- **Tendance** : Plus une région enregistre un nombre total de travailleurs important plus la part de femmes dans ce total a tendance à augmenter.
- **Illustration** : Le Centre-Val de Loire est la région qui totalise le moins de travailleurs et également celle dans laquelle le % de femmes est le plus faible (30%).
- **Exception** : La région Bourgogne Franche-Comté n'enregistre que 392 travailleurs mais, parmi eux, 45% sont des femmes.



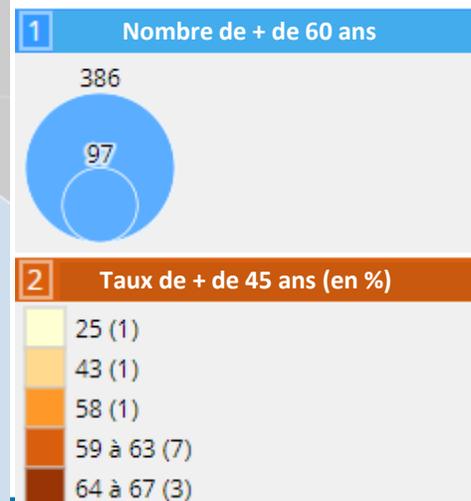
Taux de vieillissement



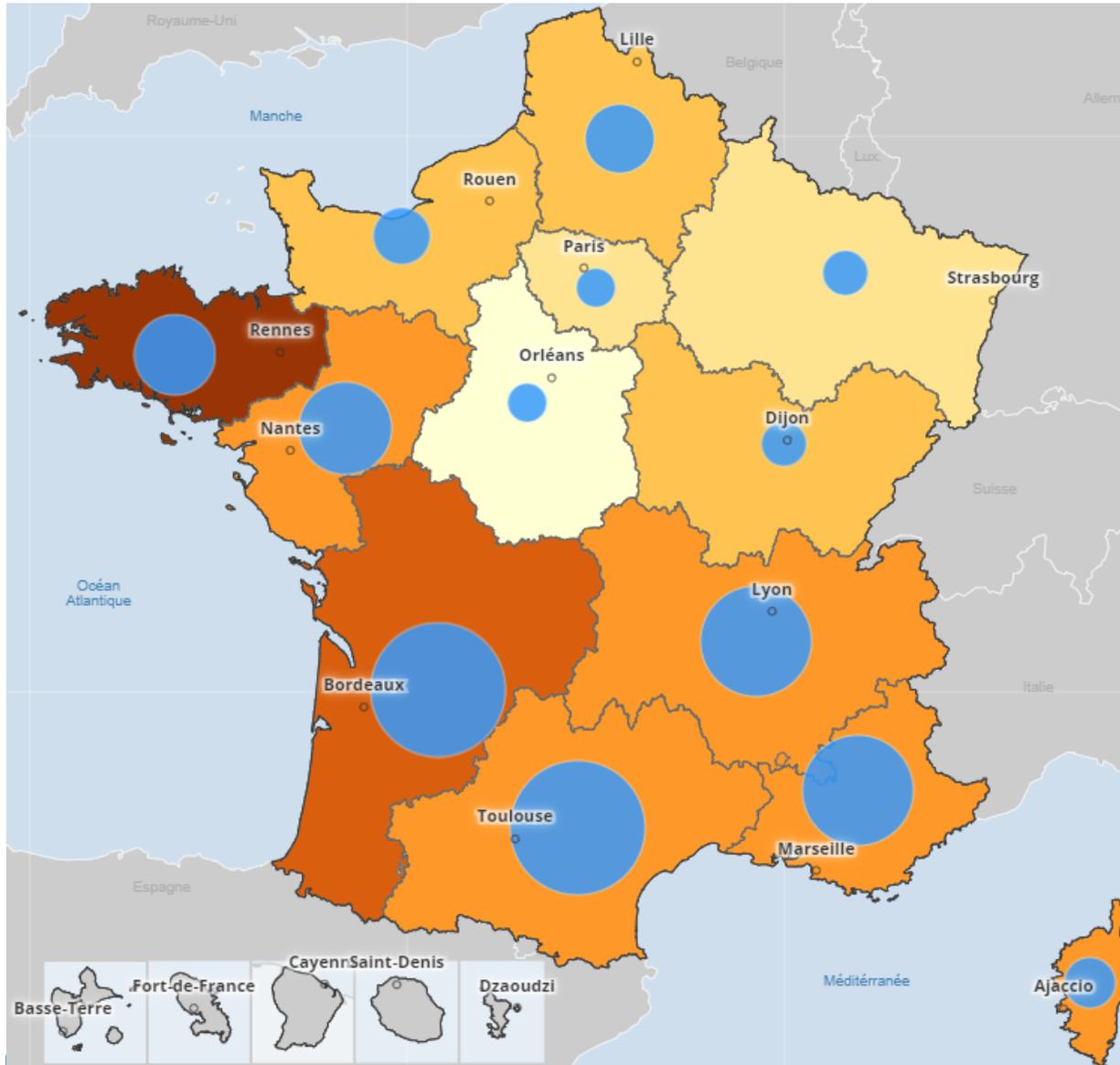
Analyse : Dans 11 régions sur 13, plus de la moitié des travailleurs ont plus de 45 ans. Les régions du Sud et de la côte atlantique sont celles qui totalisent le plus de travailleurs de plus de 60 ans.

A noter que :

- 27% des travailleurs ont plus de 60 ans en Corse.
- L'Ile-de-France est la région la plus jeune, aucun travailleur n'a plus de 60 ans et seulement 25% ont plus de 45 ans.

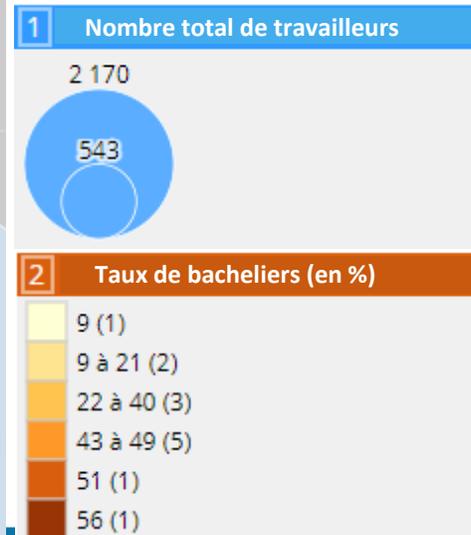


Taux de travailleurs BACHELIERS

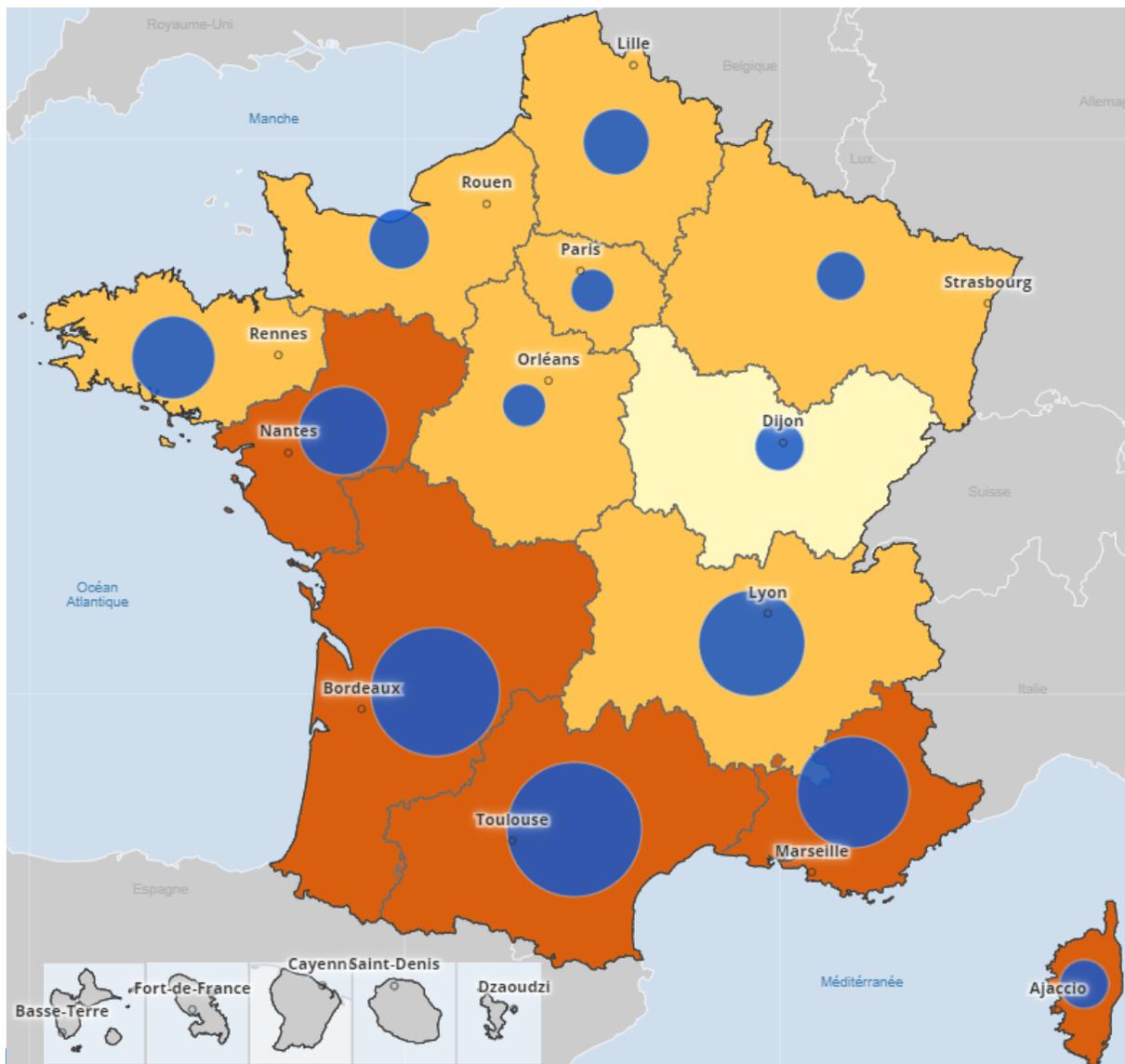


Tendance : Plus une région enregistre un nombre total de travailleurs important, plus la part de titulaires du baccalauréat parmi eux a tendance à augmenter.

Les régions du Nord-Est enregistre un taux de bacheliers inférieur aux régions du Sud et de la côté atlantique.



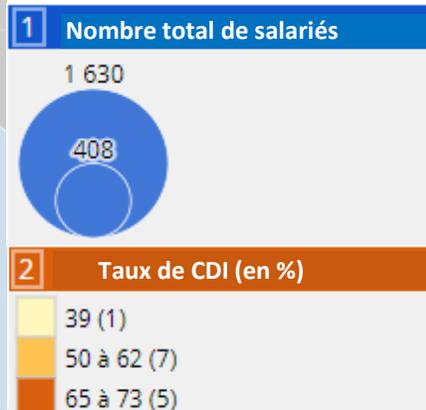
Taux de CDI



Tendance : Les régions de la façade atlantique et du Sud de la France sont celles dans lesquelles les travailleurs sont le plus souvent en CDI.

A noter que :

- Dans 8 régions sur 13, plus de la moitié des travailleurs sont en CDI.
- En Bourgogne Franche-Comté, seulement 36% des travailleurs sont en CDI.
- En PACA, 63% des travailleurs sont en CDI.





Synthèse

Synthèse



- **Des effectifs totaux plutôt paritaires**, mais certaines professions restent genrées : les ouvriers (+ de 80% d'hommes) et les employés (près de 70% de femmes)



- La majorité des effectifs est répartie entre **les gérants et leurs salariés les moins qualifiés** (ouvriers et employés).



- **La majorité des travailleurs sont titulaires du baccalauréat** à l'exception des ouvriers.



- **La structure par âge des effectifs est relativement vieillissante**, près de 70% des travailleurs ont plus de 45 ans. Les gérants et les ouvriers sont particulièrement concernés par ce vieillissement.



- Aussi, les enjeux principaux sont ceux du **renouvellement des postes et de la transmission des campings**. Il s'agit d'attirer de nouveaux profils.



SEMAPHORES

GROUPE ALPHA

Sémaphores Expertise SA

SA au capital de 1 784 415 €

*Société d'expertise comptable inscrite
au tableau de l'Ordre de la région
Occitanie*

Bureau :

Immeuble Les Portes d'Antigone
71 place Vauban • 34000 Montpellier
Tél. 04 67 13 81 76

Siège social :

20/24 rue Martin Bernard
75013 Paris • Tél. 01 53 62 70 00
388 269 045 RCS Paris
Numéro d'identification
intracommunautaire :
FR 10 388 269 045

Une société du Groupe Alpha

BORDEAUX • LILLE • LYON
MARSEILLE • METZ
MONTPELLIER • NANTES
NOUMÉA • ORLÉANS
PARIS • ROUEN
SAINT-DENIS DE LA RÉUNION
TOULOUSE

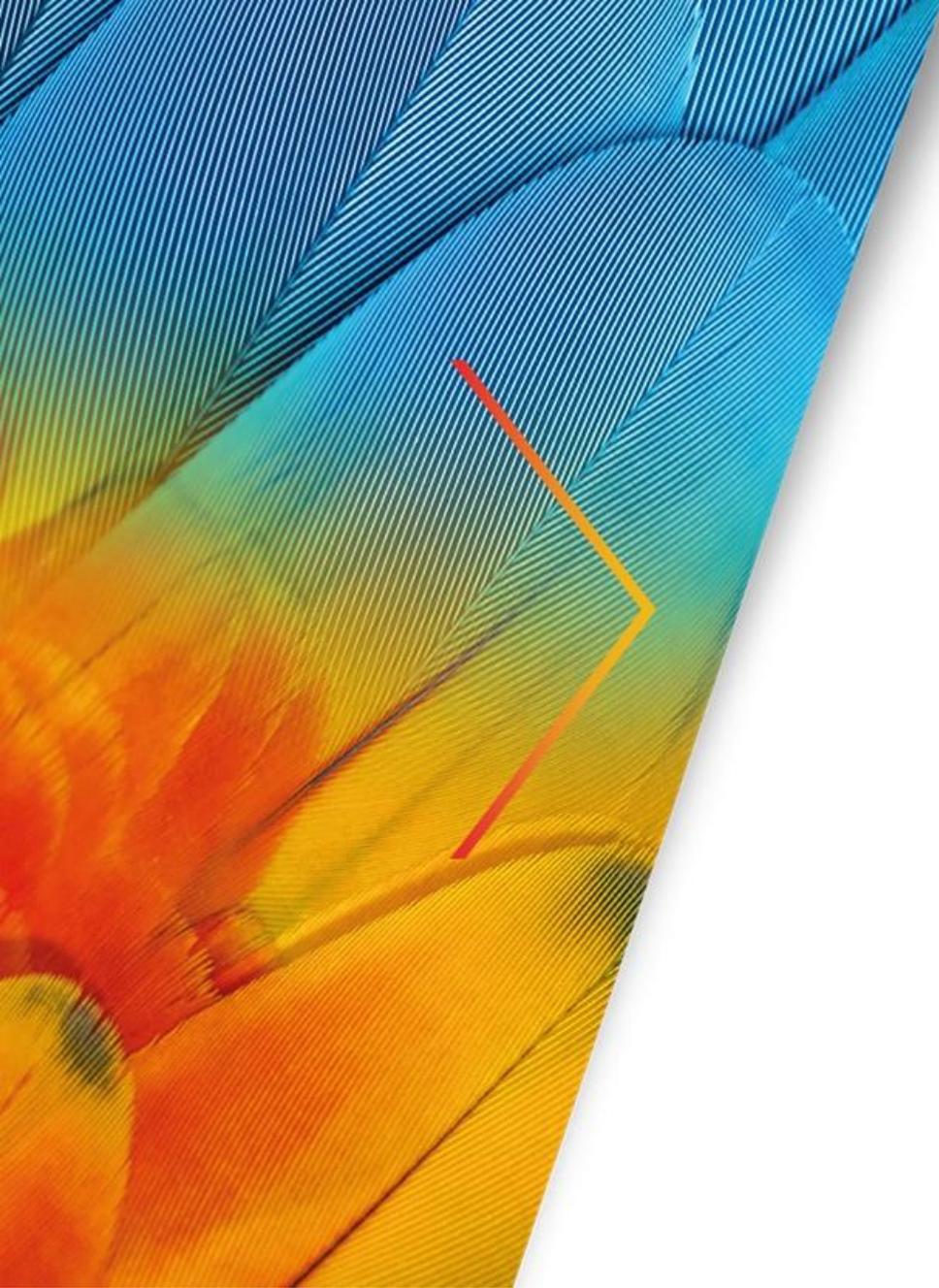
Analyse prospective quantitative des emplois de demain

Analyse des résultats de l'enquête en ligne



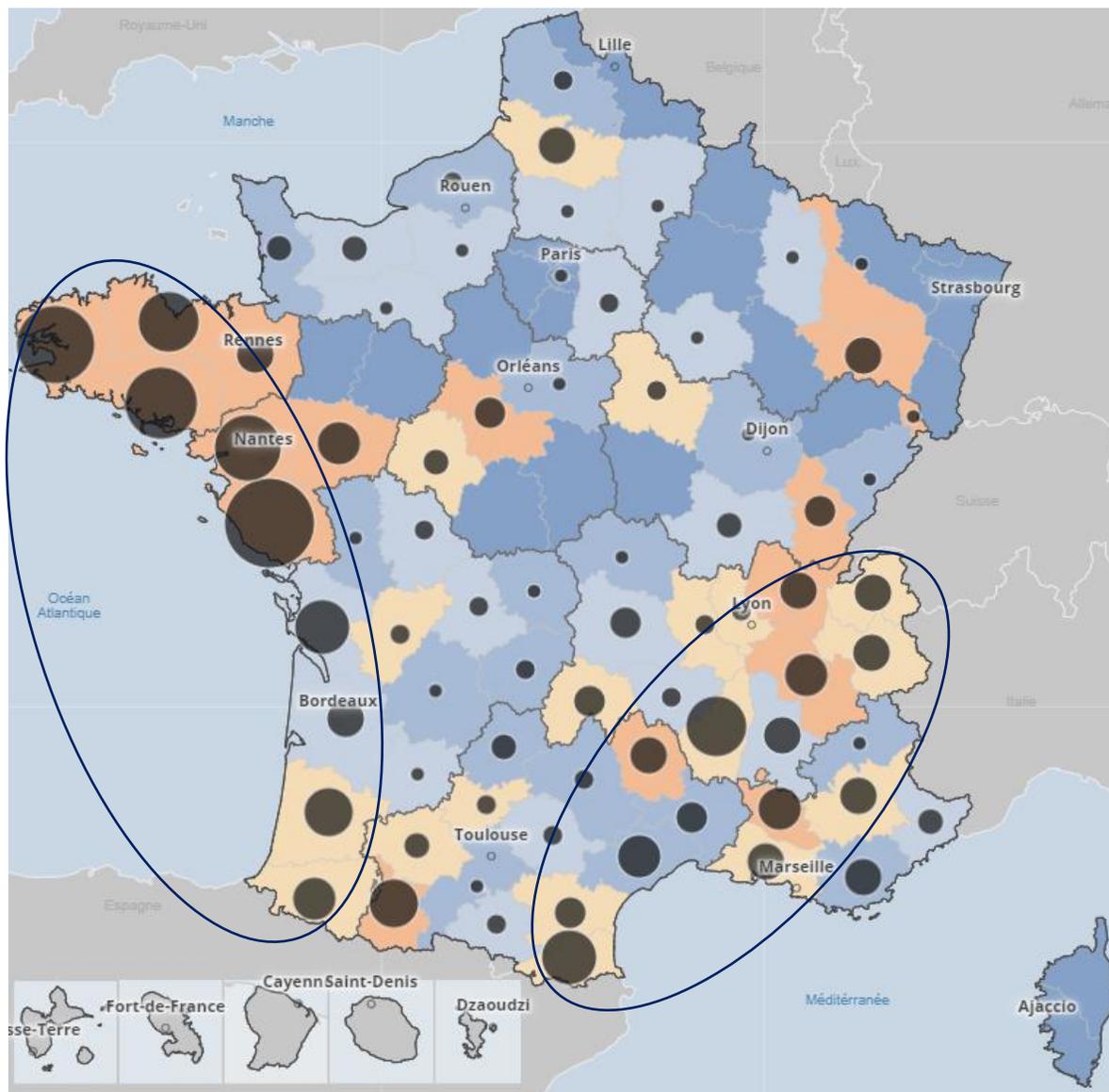
Sommaire

- ✦ Le profil des répondants à l'enquête
- ✦ Connaître votre activité
- ✦ Emploi et gestion de l'emploi
- ✦ Métiers, qualifications et formation
- ✦ Synthèse



Le profil des répondants à l'enquête

Nombre de répondants et géographie



On compte 360 répondants à l'enquête en ligne :

4 ont refusé de répondre à l'enquête.

1 réponse test a été réalisée pour vérifier le bon fonctionnement du questionnaire

On obtient donc 355 questionnaires exploitables.

Analysons la répartition départementale de ces répondants. On dispose de deux informations : le nombre de répondants (bulle) et l'écart entre la répartition des répondants et des établissements en France, en % (couleur).

On observe une sur-représentation des répondants de l'Ouest (Bretagne et PDLL). On retrouve néanmoins une répartition proche de la carte de France des établissements de campings avec une cote atlantique présente et un grand sud-est mobilisé

1 Nombre répondants

32



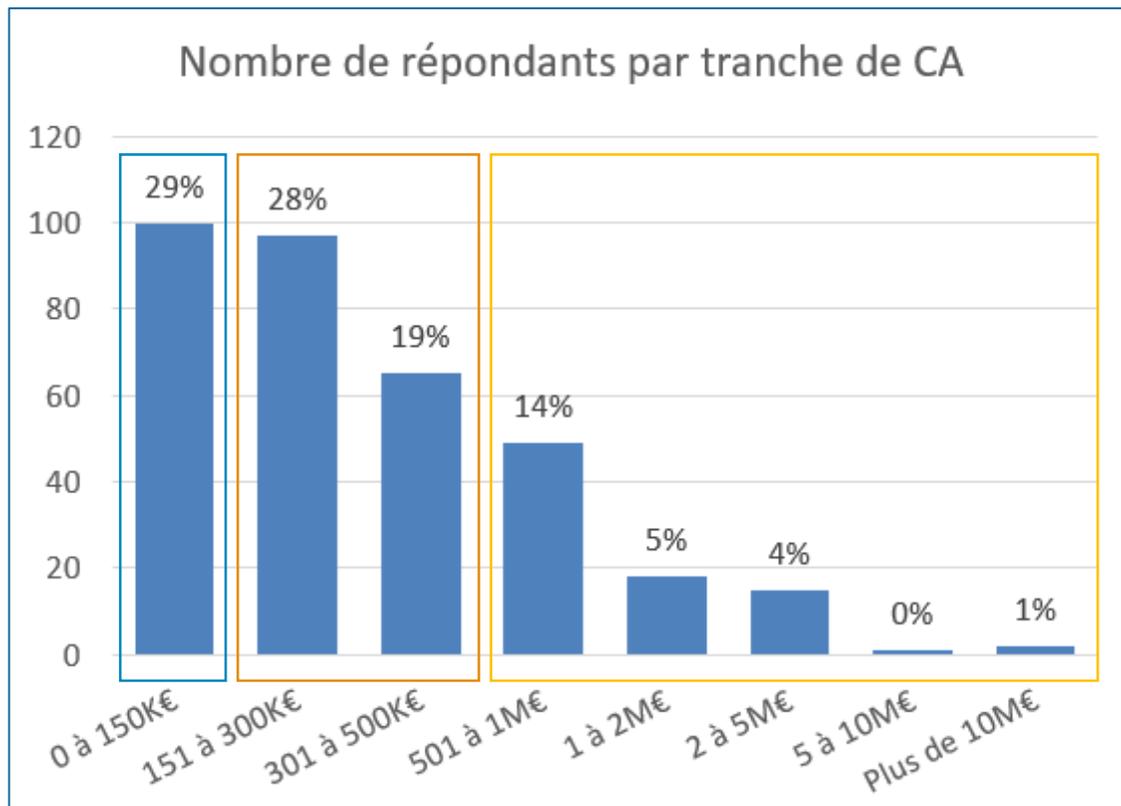
2 Ecart en % au réel

- 100 (22)
- 89 à - 40 (19)
- 39 à - 4 (20)
- 0 à 47 (18)
- 52 à 317 (17)

Néanmoins :

- Aucun répondants en Corse et peu sur la côte d'Azur
- Les départements du Nord (hors Somme) sont également peu mobilisés.
- 6 répondants dans les Vosges !

Répartition des répondants par CA



Sur les 355 répondants à l'enquête, 347 ont répondu à la question portant sur la tranche de CA de leur établissement.

Si on observe la répartition des répondants, on note que :

- 57% des enquêtés déclarent un CA inférieur à 300K€
- 25% des enquêtés déclarent un CA supérieur à 500K€

Par rapport au rapport de branche de 2012, nous retrouvons des proportions équivalentes à cette enquête. (« 75% des établissements ont un chiffre d'affaire inférieur à 500 000 euros »)

Lors de l'analyse des réponses à l'enquête, nous avons construit trois sous-populations en nous basant sur le chiffre d'affaire déclaré :

- Les 100 campings déclarant **moins de 150K€**
- Les 162 campings déclarant **de 150 à 500K€**
- Les 85 campings déclarant **plus de 500K€**

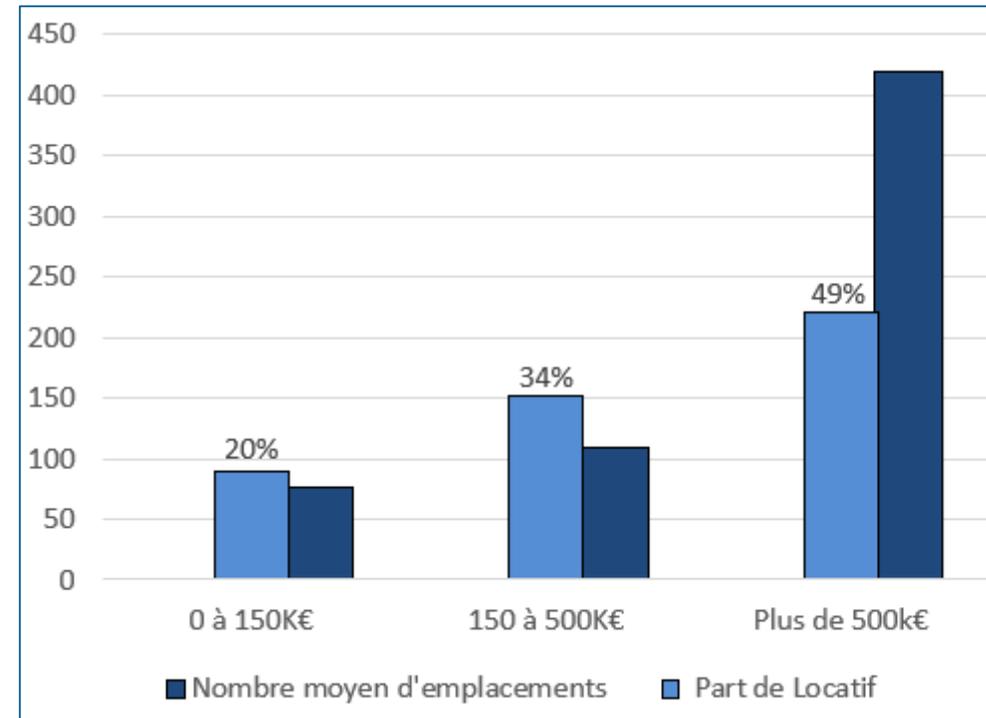
Des emplacements locatifs concentrés dans les plus grands campings

354 répondants ont renseigné des informations concernant le nombre d'emplacements proposés par l'établissement.

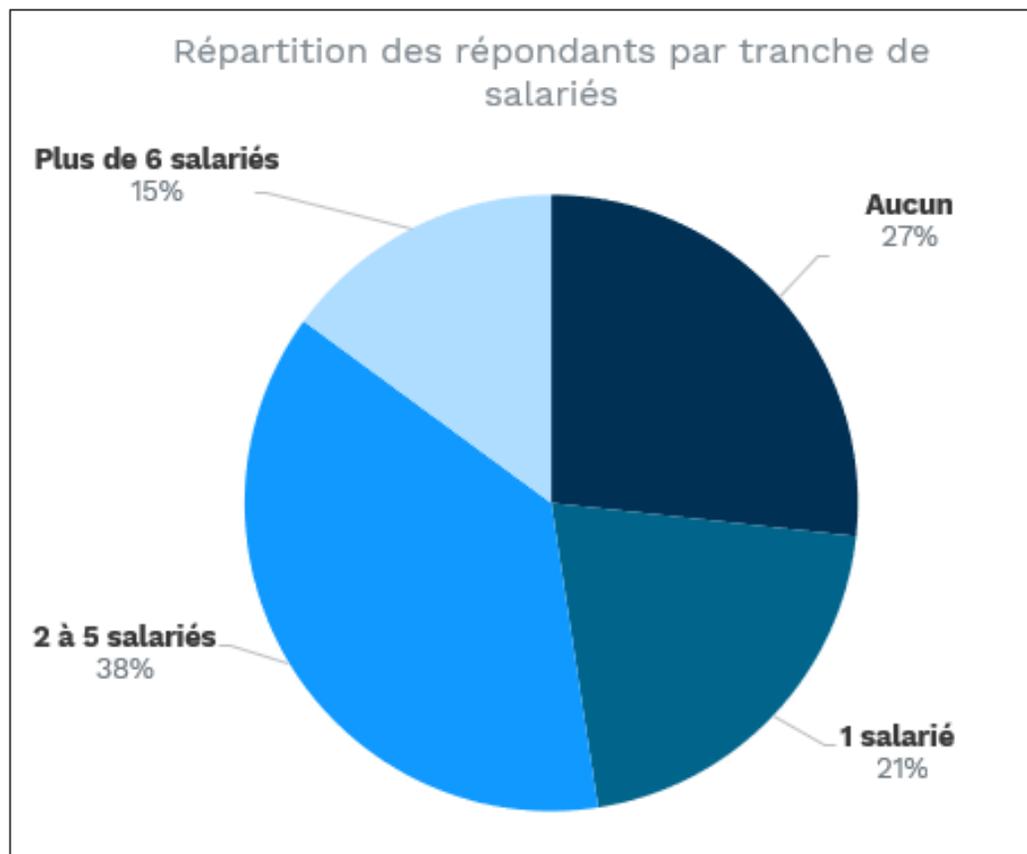
On observe que le nombre d'emplacements et la répartition de ces emplacements (la part de nus, locatifs et résidentiels) sont fortement liées au profil des campings.

Plusieurs résultats se dégagent lors de l'analyse :

- Plus le CA d'un établissement augmente, plus le nombre moyen d'emplacements proposés augmente.
- Plus le CA d'un établissement augmente, plus la part d'emplacements locatifs (par rapport à l'ensemble des emplacements Nus + Locatifs) augmente.



Près de la moitié des répondants ont moins de 2 salariés



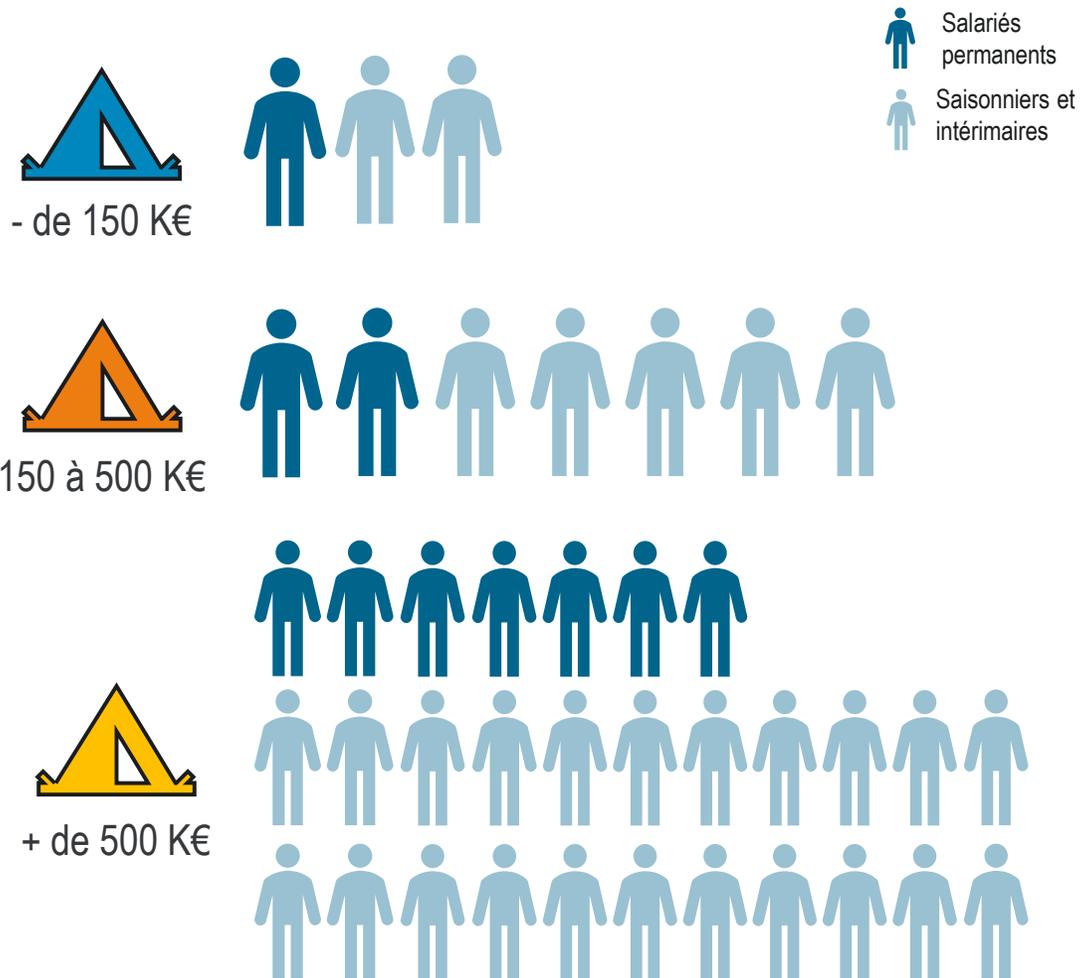
Lecture : 27% des campings enquêtés n'ont pas de salarié.

Sur les 360 répondants à l'enquête, 354 ont répondu à la question portant sur leur nombre de salariés.

Si on observe la répartition des répondants, on note que :

- La moitié des établissements déclarent avoir entre 0 et 1 salarié.
- Seulement 2% des établissements emploient plus de 20 salariés.

Nombre moyen de salariés et de saisonniers



On souhaite ici aborder les questions relatives au nombre de salariés et de saisonniers employés par les campings.

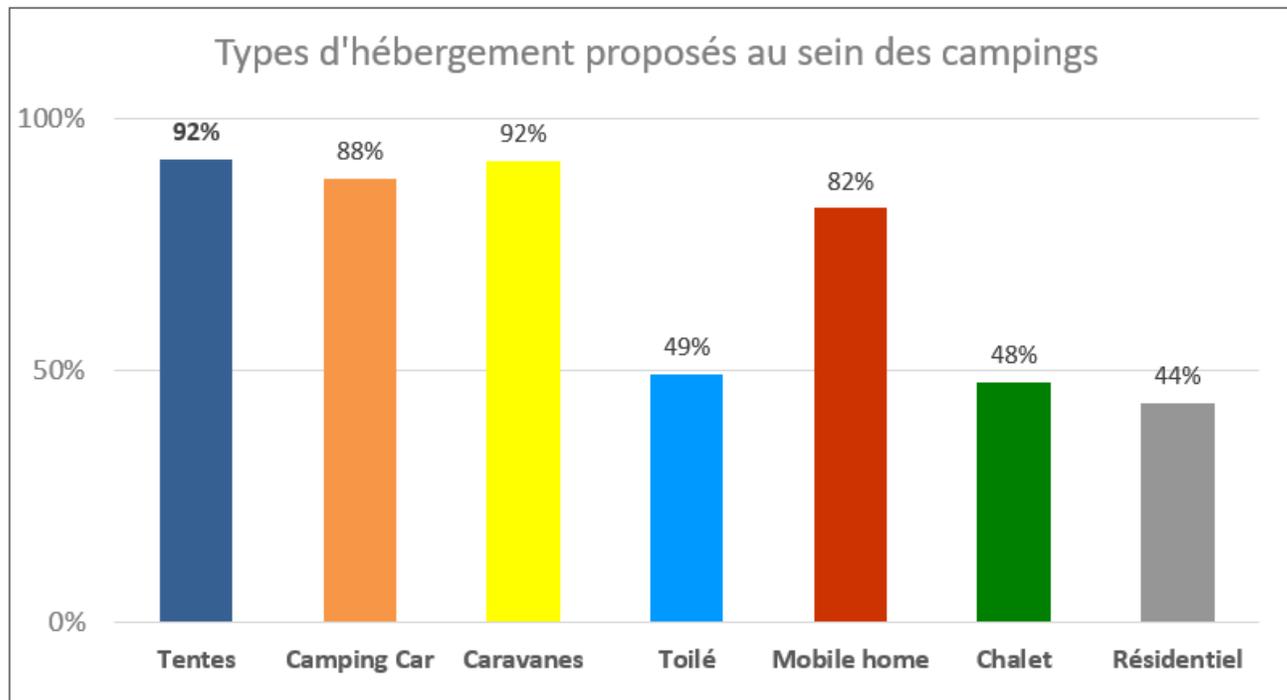
96 campings répondent qu'ils n'emploient pas de salariés.

On observe une forte causalité entre le nombre de salariés et de saisonniers employés dans un camping et son chiffre d'affaire.

Plus un camping possède un chiffre d'affaire important, plus il emploie de salariés et de saisonniers.

Lecture : Les campings ayant un chiffre d'affaire supérieur à 500K€ annuel emploient en moyenne 7 salariés et 22 saisonniers/intérimaires.

Types d'hébergement proposés



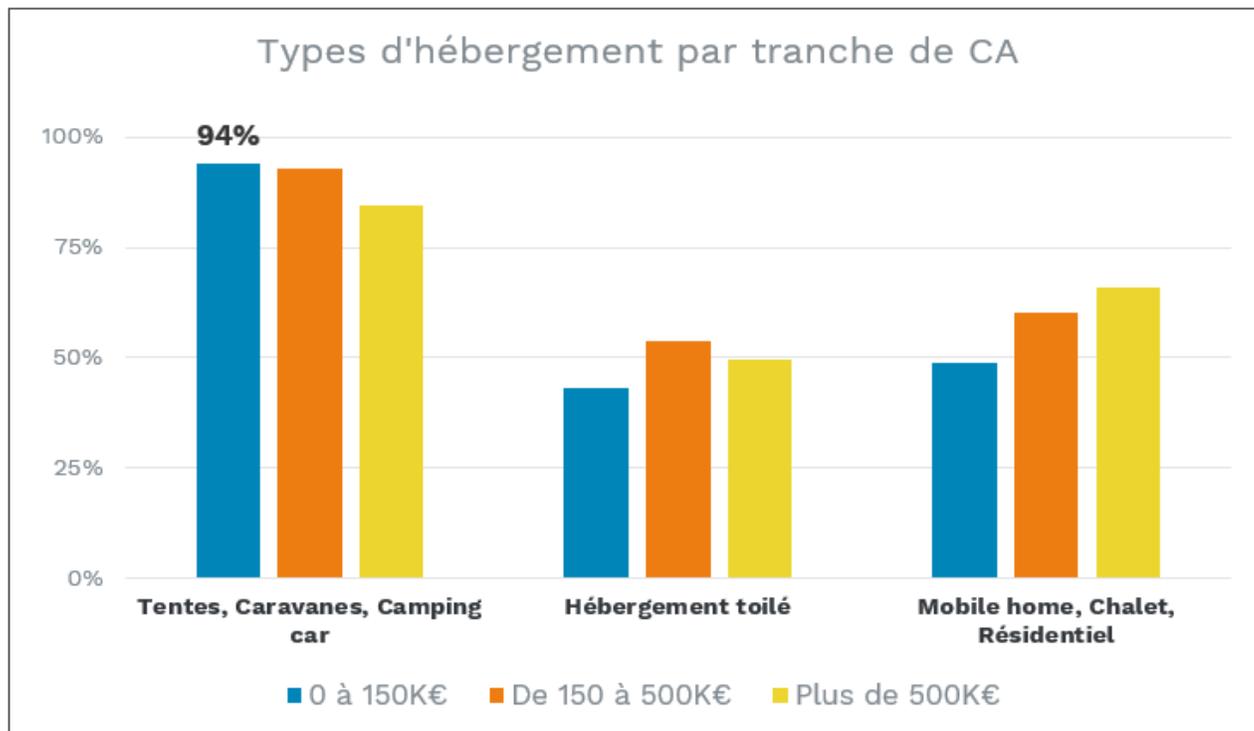
Lecture : 92% des campings enquêtés proposent des emplacements de tentes.

Sur les 360 répondants à l'enquête, 355 ont répondu à la question portant sur les différents types d'hébergement de plein air qu'ils proposent.

Si on observe le graphique, on note que :

- Plus de 9 campings sur 10 proposent des emplacements de tentes et/ou de caravanes.
- Plus de 8 établissements sur 10 proposent des emplacements de camping car et/ou des locations de mobile home.
- Moins de la moitié des campings proposent des hébergements toilés, résidentiels ainsi que des chalets/cottages.

Les mobile homes, chalets et hébergements résidentiels plus souvent proposés par les gros campings



En moyenne, les campings proposent 5 types d'hébergement différents.

Le nombre de type d'hébergements différents proposés n'est pas corrélé au chiffre d'affaire des campings.

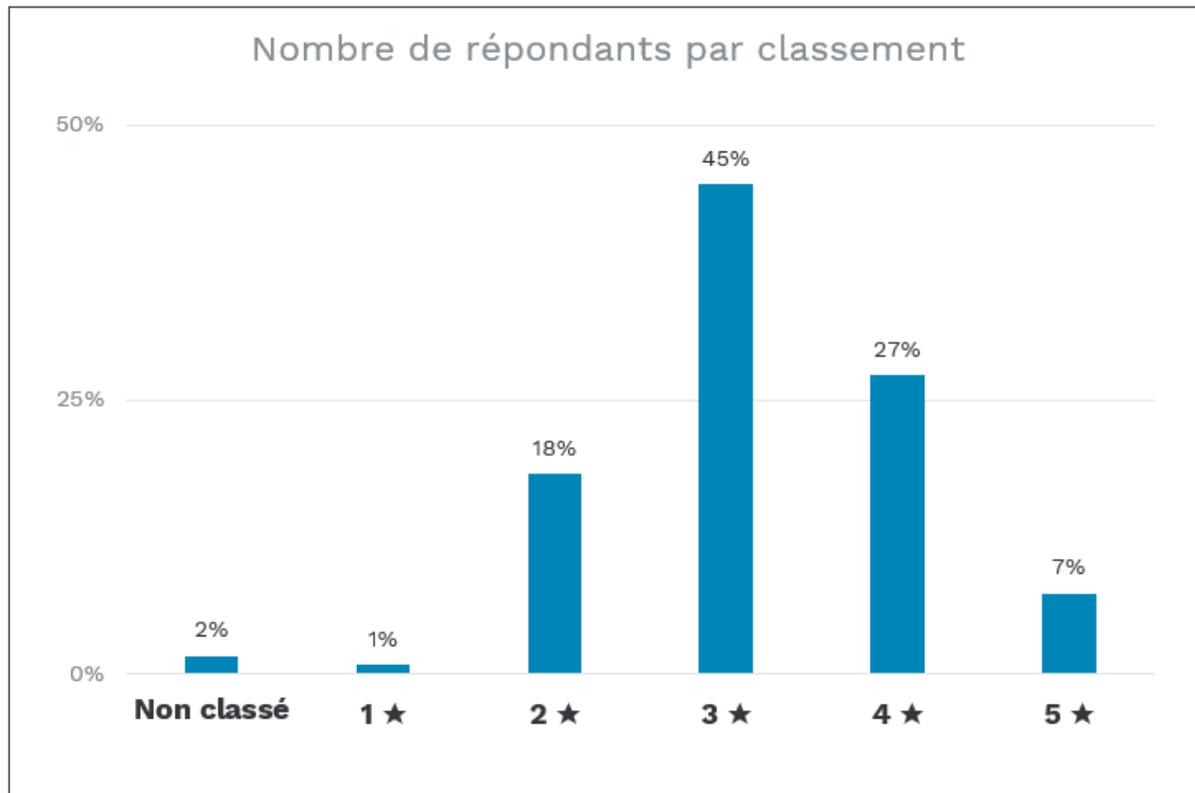
Lecture : En moyenne, 94% des campings enquêtés ayant un CA inférieur à 150K€ proposent des emplacements de tentes, de caravanes et/ou de camping car.

Si on observe le graphique, on note que :

- En moyenne, 94% des campings ayant un CA inférieur à 150K€ proposent des emplacements de tentes, caravanes ou camping car (contre 85% des campings dont le CA est supérieur à 500K€).
- A contrario, en moyenne, près de 70% des campings ayant un CA supérieur à 500K€ proposent des hébergements résidentiels, des mobile home ou des chalets (contre moins de 50% des établissements dont le CA est inférieur à 150K€).

Il existe donc un lien de causalité entre le CA d'un établissement et les types d'hébergement qu'il propose.

Une majorité de campings 3 et 4 étoiles



Lecture : 2% des campings ayant répondu à l'enquête ne sont pas classés.

Sur les 360 répondants à l'enquête, 357 ont répondu à la question portant sur leur niveau de classement.

Si on observe la répartition des répondants, on note que :

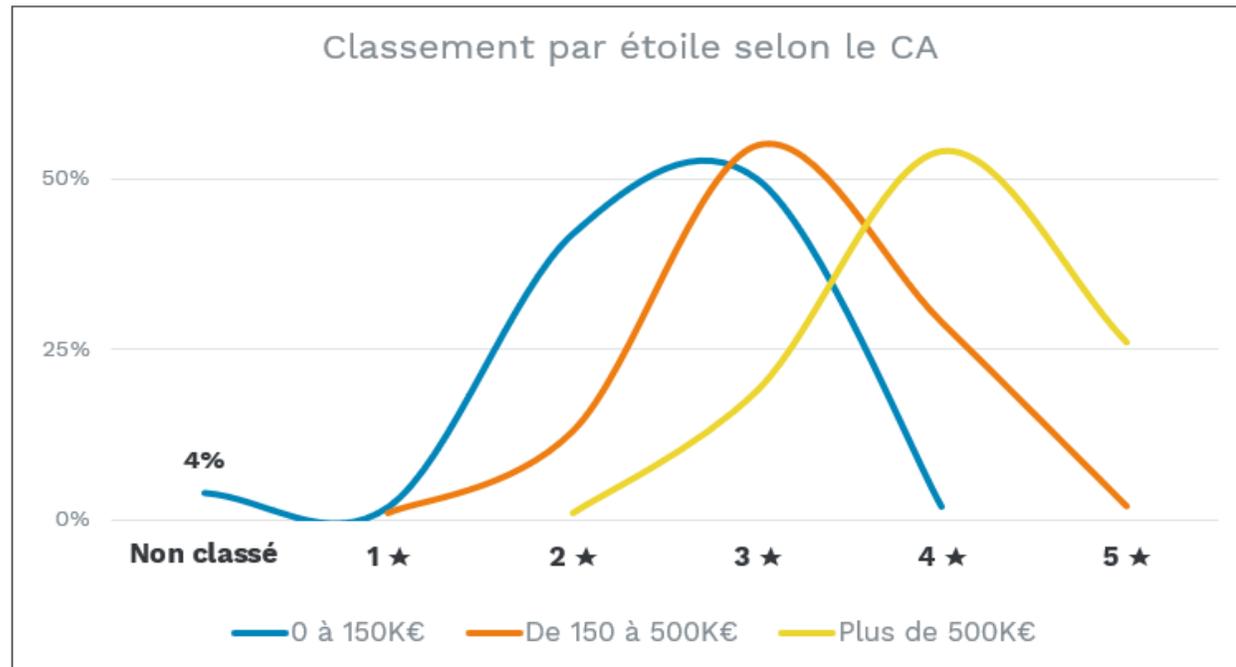
- Près d'un répondant sur deux est classé 3 étoiles.
- Seulement, 2% des enquêtés ne sont pas classés.

A noter que dans l'analyse territoriale présentée précédemment on observait que les établissements non classés étaient majoritaires en France.

Or, dans les résultats de l'enquête, ils ne représentent que 2% des répondants.

Aussi, on peut supposer que les campings classés sont plus souvent membres de fédérations que les campings non classés.

Plus le CA d'un camping est important, plus son classement est élevé



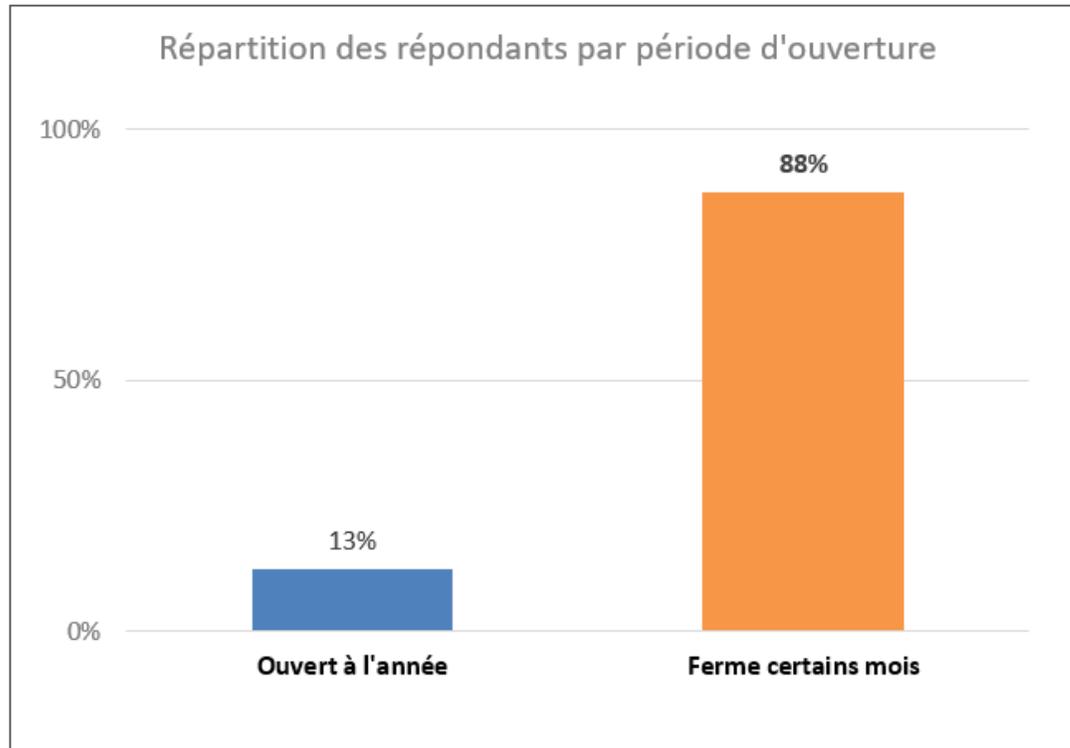
Si on observe le nombre de répondants, on note que :

- 80% des campings ayant un CA supérieur à 500K€ sont classés 4 ou 5 étoiles contre seulement 2% des campings ayant un CA inférieur à 150K€.
- Plus le classement d'un camping est élevé, plus son CA est élevé.

Il existe un lien de causalité entre le CA d'un établissement et son classement.

Lecture : 4% des campings ayant un CA inférieur à 150K€ ayant répondu à l'enquête ne sont pas classés.

Répartition des répondants par période d'ouverture



Lecture : 88% des campings enquêtés ferment certains mois de l'année.

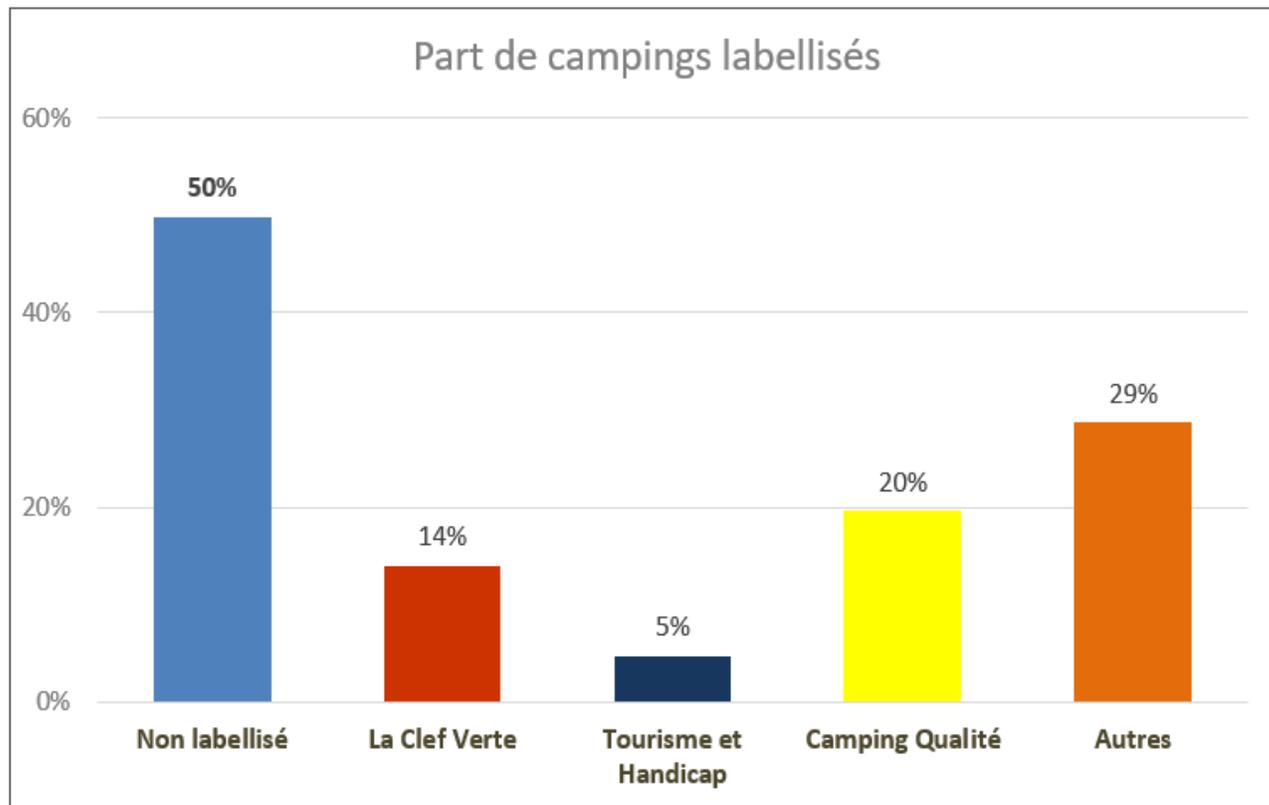
Sur les 360 répondants à l'enquête, 352 ont répondu à la question portant sur leur période d'ouverture.

Si on observe la répartition des répondants, on note que :

- Près de 9 campings sur 10 ferment leur établissement certains mois de l'année.

On ne peut pas établir de lien de causalité entre la période d'ouverture d'un établissement et son CA.

La moitié des campings n'ont pas de label



Lecture : 50% des campings enquêtés ne sont pas labellisés.

Sur les 360 répondants à l'enquête, 321 ont répondu à la question portant sur leur labellisation.

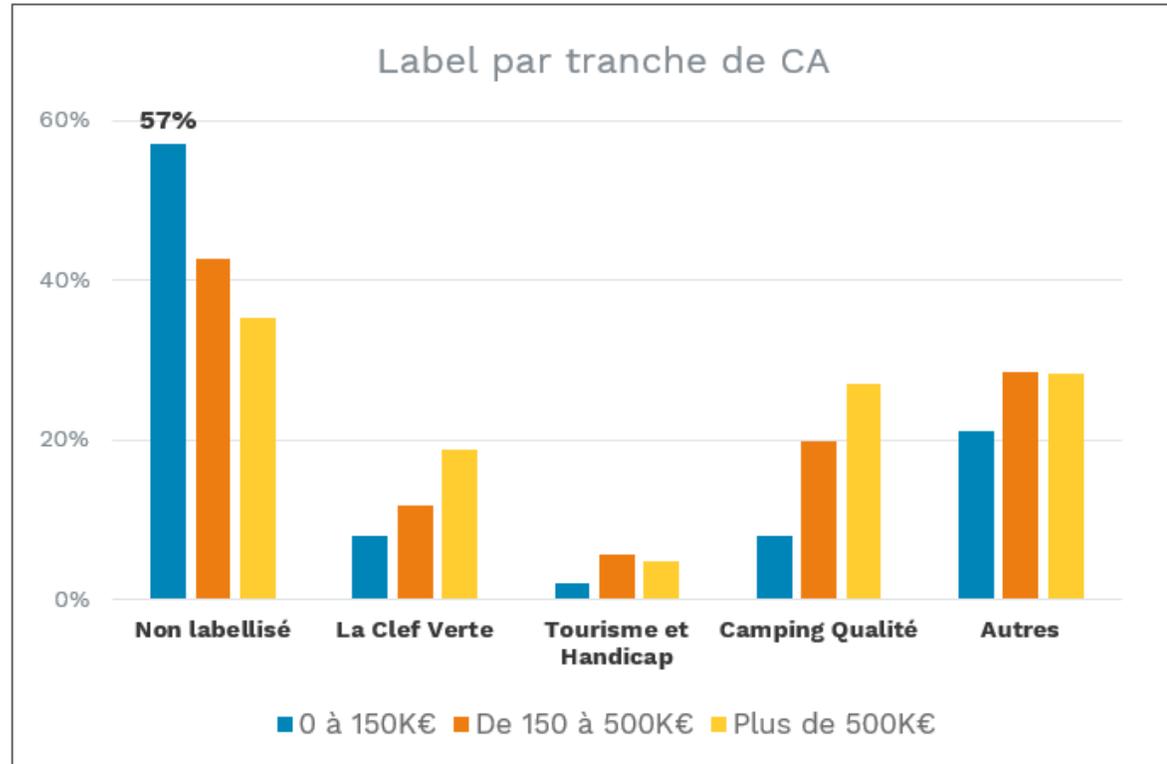
Si on observe le nombre de répondants, on note que :

- La moitié des campings ne sont pas labellisés.

Parmi les autres labels cités, à noter :

Qualité Tourisme (41)
Accueil Vélo (20)
Ecolabel (12)

Les plus petits campings sont moins labellisés



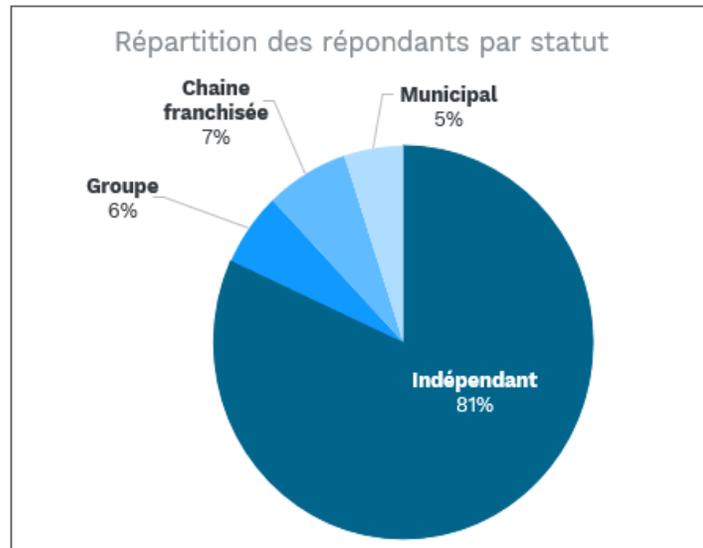
Lecture : 57% des campings enquêtés ayant un CA inférieur à 150K€ ne sont pas labellisés.

Si on observe le graphique, on note que :

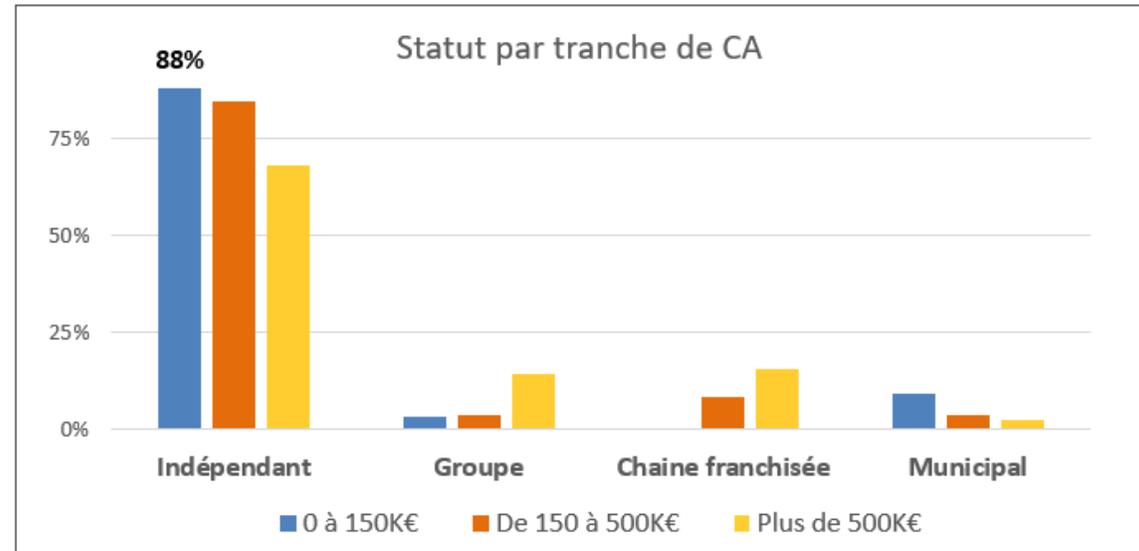
- Les campings non labellisés sont majoritairement des établissements ayant un CA inférieur à 150K€.
- 27% des établissements ayant un CA supérieur à 500K€ sont labellisés « Camping Qualité », contre seulement 8% des campings dont le CA est inférieur à 150K€.
- Plus le CA d'un établissement est élevé, plus il a de chance d'être labellisé.

Il existe un lien de causalité entre le CA d'un camping et sa labellisation.

Répartition des répondants par statut & croisement avec le CA



Lecture : 81% des campings enquêtés sont indépendants.



Lecture : 88% des campings enquêtés ayant un CA inférieur à 150K€ sont indépendants.

Sur les 360 répondants à l'enquête, 357 ont répondu à la question portant sur leur statut. Si on observe la répartition des répondants, on note que :

- Près de 8 campings sur 10 sont indépendants.
- 13% des établissements font partie d'une chaîne franchisée ou d'un groupe.

Si on observe la répartition par tranche de CA, on note que :

- Près de 3 campings sur 10 ayant un CA supérieur à 500K€ font partie d'un groupe ou d'un réseau de chaîne franchisée, contre seulement 3% des campings dont le CA est inférieur à 150K€.
- Plus le CA d'un camping est élevé, plus il a de chance de faire partie d'un groupe ou d'un réseau de chaîne franchisée.

Il existe un lien de causalité entre l'appartenance à un groupe ou à une chaîne et le CA d'un établissement.

Parmi les groupes cités :

Sites & Paysages (8)
Chadotel (2)

Parmi les chaînes citées :

Flower Campings (12)
Yelloh Village (10)

Les plus gros campings proposent en moyenne 7 services différents

Lorsque l'on se penche sur les différents services proposés au sein des campings, on observe que cette variable est très fortement corrélée à celle du chiffre d'affaire.

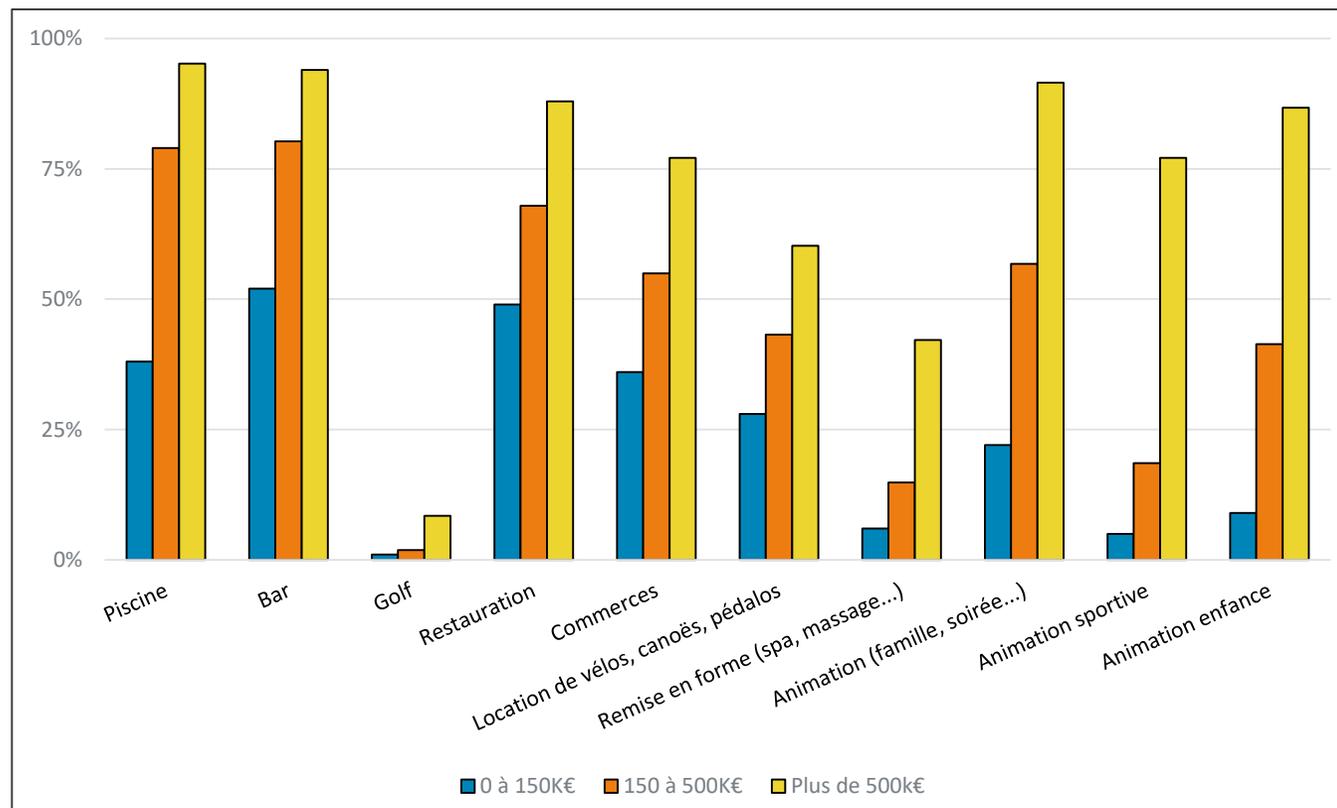
Avant d'entrer dans les détails de chaque service, le nombre moyen de services proposés augmente très fortement avec le chiffre d'affaire :

- Campings de 0 à 150K€ : 2,5 services proposés
- Campings de 150 à 500K€ : 5 services proposés
- Campings de + de 500K€ : 7 services proposés

Plus un camping possède un chiffre d'affaire élevé, plus il a de chance de proposer un nombre important de services à ses vacanciers.

Entre les campings ayant le plus petit CA (bleu) et les campings ayant le CA le plus important (jaune), on observe :

- Des écarts particulièrement importants sur les espaces de remise en forme et les animations.
- Des écarts plus faibles sur la piscine, le bar, la restauration et les locations.



SYNTHÈSE

PROFIL DES REpondANTS

- de 150K€

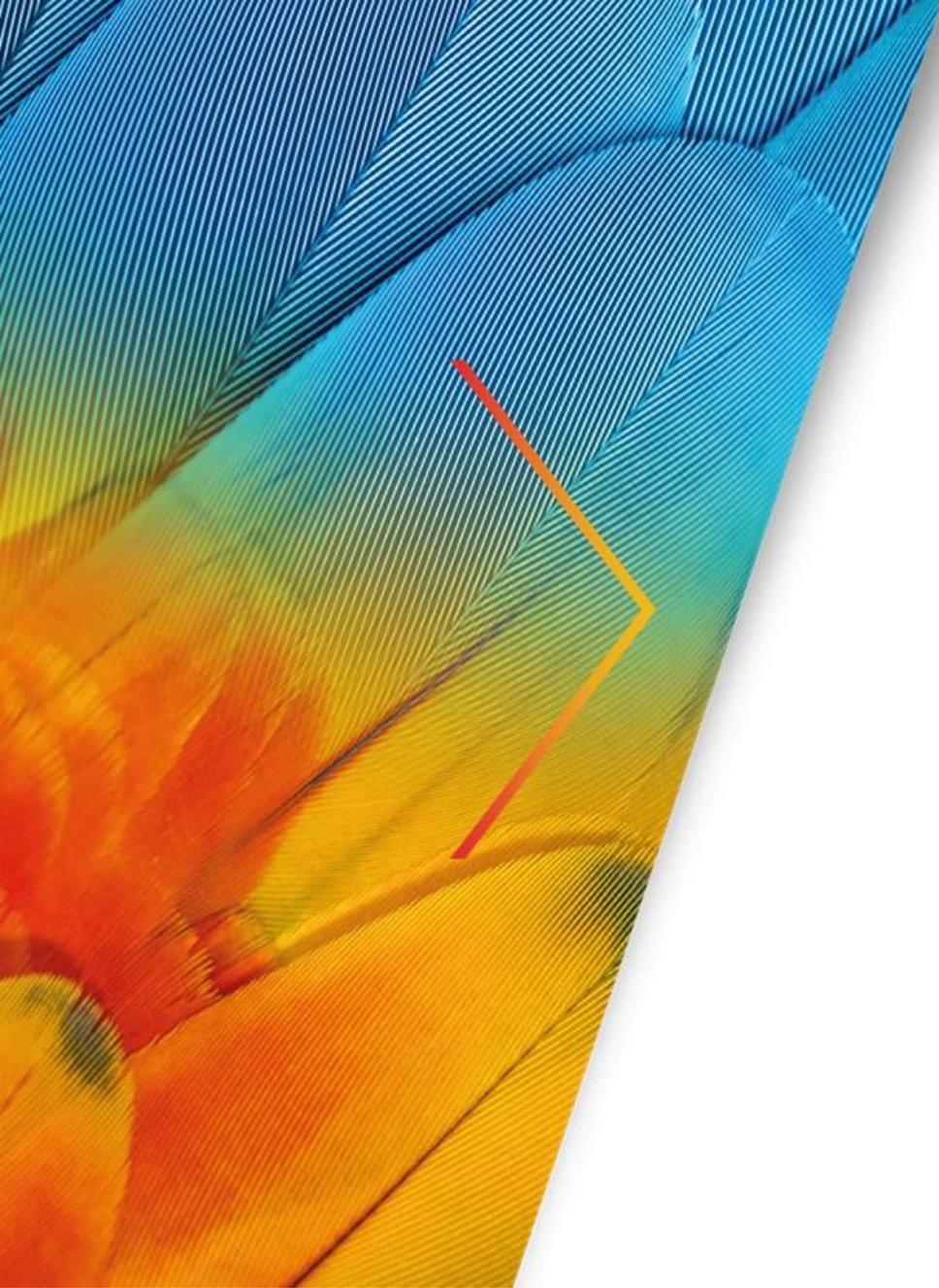
- Indépendant ou municipal
- ☆☆
- Non-labellisé
- 76 emplacements, 20% en locatif
- 1 salarié, 2 saisonniers
- 2 ou 3 services :
 - Bar / Restaurant
 - Commerce
 - Piscine

de 150 à 500K€

- Indépendant
- ☆☆☆
- Labellisé
- 110 emplacements, 33% en locatif
- 2 salariés, 5 saisonniers
- 5 services :
 - Bar/Restaurant
 - Piscine
 - Commerce
 - Animation famille/soirée

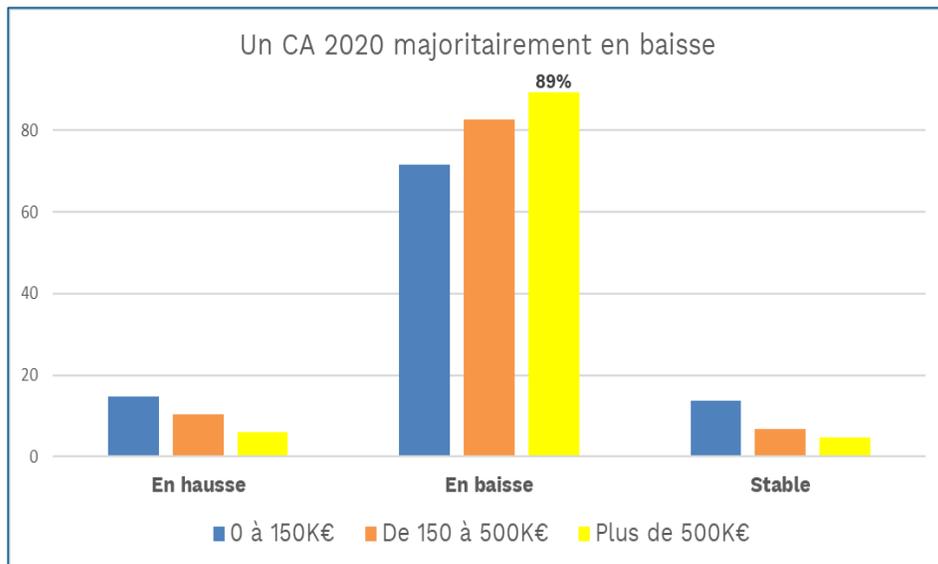
+ de 500 K€

- Indépendant, groupe ou franchisé
- ☆☆☆☆
- Labellisé
- 285 emplacements, 50% en locatif
- 7 salariés, 22 saisonniers
- La plupart des services sont proposés



Connaître votre activité

Un Chiffre d'affaires de 2020 en Baisse

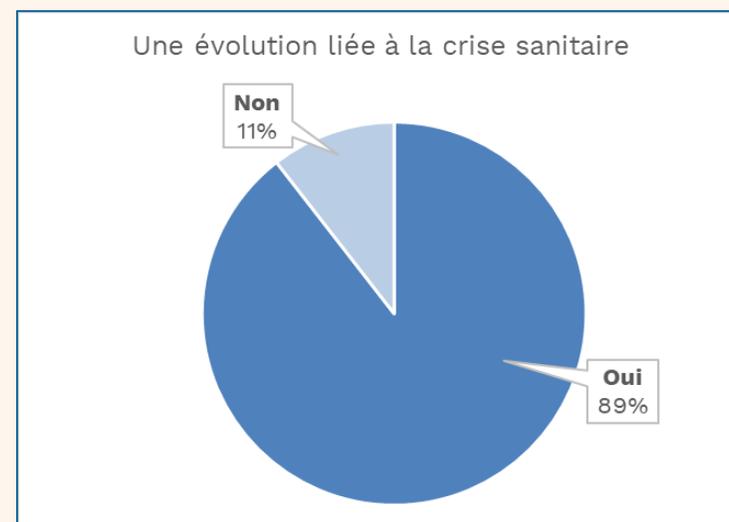


- Plus de **8 campings sur 10** ont enregistré une baisse de CA en 2020 par rapport à 2019.
- A contrario, seulement 1 sur 10 enregistre une hausse de CA.
- Les campings ayant un CA inférieur à 150K € sont plus nombreux que les autres à connaître une hausse de CA en 2020.

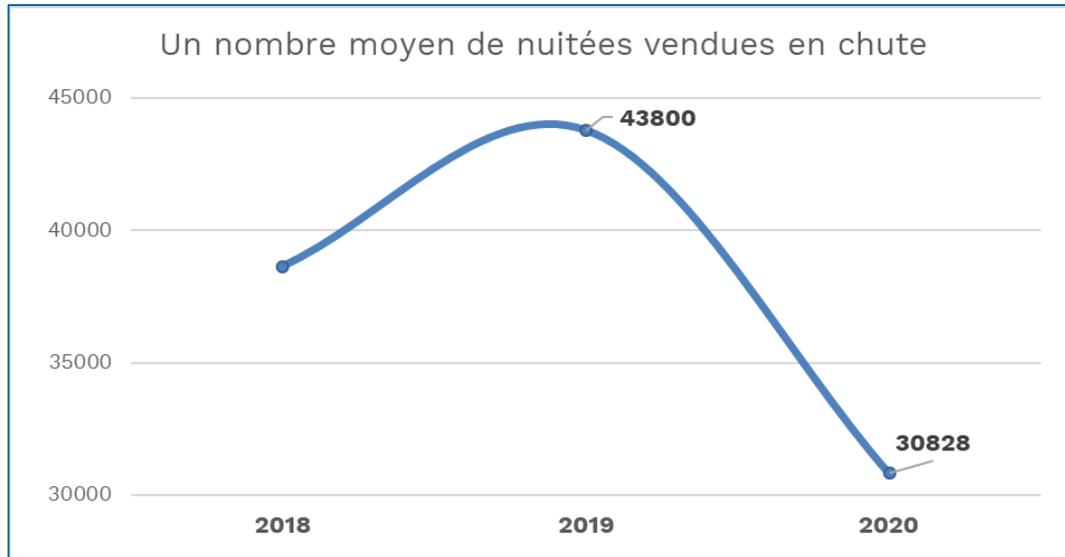
Lecture : 89% des campings ayant un CA supérieur à 500K € déclarent avoir enregistré une baisse de leur CA en 2020 par rapport à 2019.

- Près de **9 campings sur 10** déclarent que cette évolution de CA est liée à la crise sanitaire.
- Les campings ayant un CA inférieur à 150K € sont plus nombreux à annoncer que l'évolution de leur CA n'est pas liée à la crise sanitaire.

Lecture : 93% des campings ayant un CA supérieur à 500K € déclarent que l'évolution de leur CA est liée à la crise sanitaire.



Un nombre de nuitées vendues en baisse



Si en moyenne, tous types de campings confondus, le nombre moyen de nuitées vendues a augmenté entre 2018 et 2019, celui-ci a **chuté** entre 2019 et 2020 de près de 13 000 unités.

Lecture : En 2019, le nombre moyen de nuitées vendues, tous établissements confondus, était de 43 800 unités.

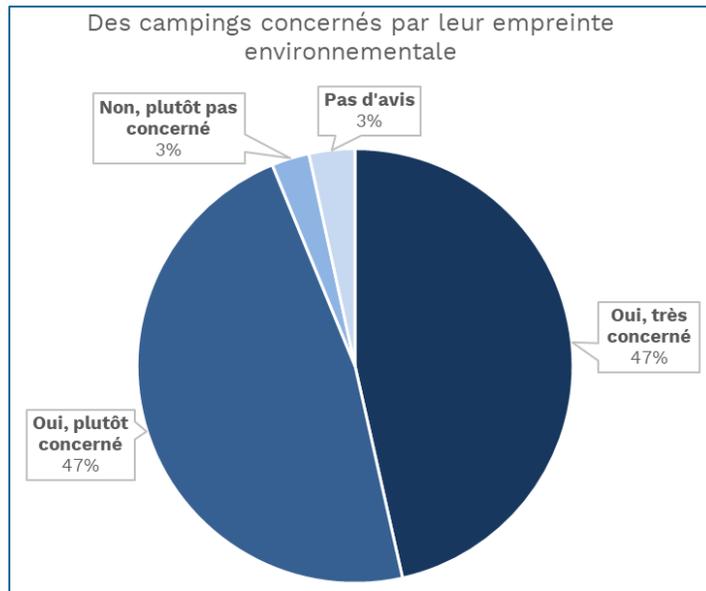
Si on analyse les taux de variation par tranche de CA, on observe que :

- Entre 2018 et 2019, les taux de variation sont positifs pour tous les types de campings.
- A contrario, entre 2019 et 2020, les taux de variation sont négatifs et augmentent en fonction du montant de CA des établissements.
- **Plus un camping a un CA élevé, moins son taux de variation de nuitées vendues est négatif.**

	Taux de variation 2018-2019	Taux de variation 2019-2020
Moins de 150K€	+ 15%	- 39%
Entre 150 et 500K€	+ 6%	- 33%
Plus de 500K€	+ 16%	- 23%

Empreinte environnementale : sujet de préoccupation

1



1 / Intérêt

- Plus de 9 campings sur 10 se sentent concernés par l'empreinte environnementale de leur établissement.
- Aucun camping n'a répondu ne pas du tout se sentir concerné.

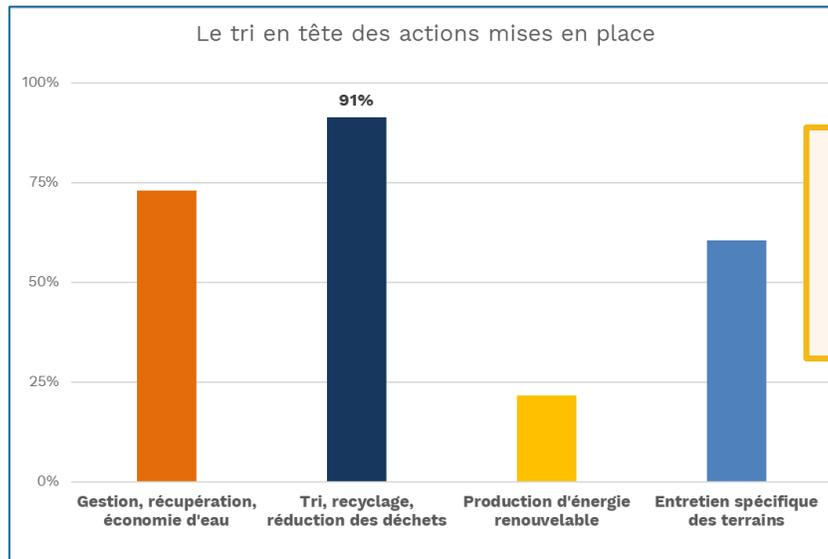
2 / Actions mises en place

- Les trois actions les plus fréquemment mises en place sont le tri, les économies d'eau et l'entretien spécifique des terrains.
- Plus le CA d'un camping est élevé, plus il met en place des actions de préservation de l'environnement.

3 / Impact sur la fréquentation

- La majorité des établissements ne connaissent pas l'impact de ces actions sur la fréquentation de leur camping.
- A noter, toutefois que plus le CA d'un camping est élevé, plus l'incertitude diminue.

2

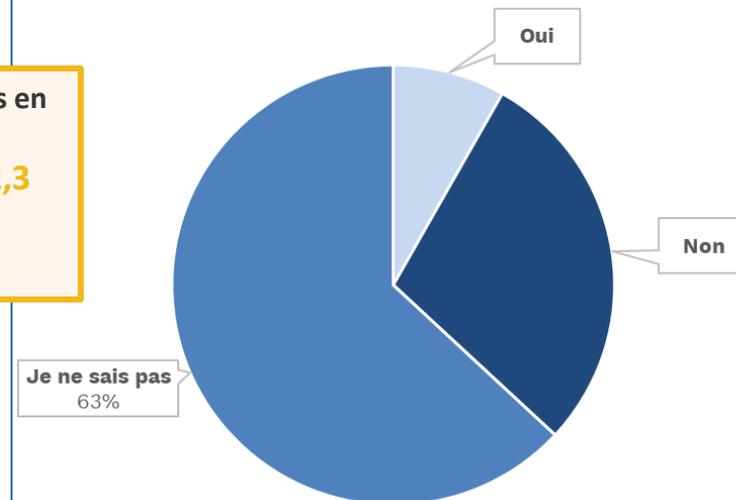


3

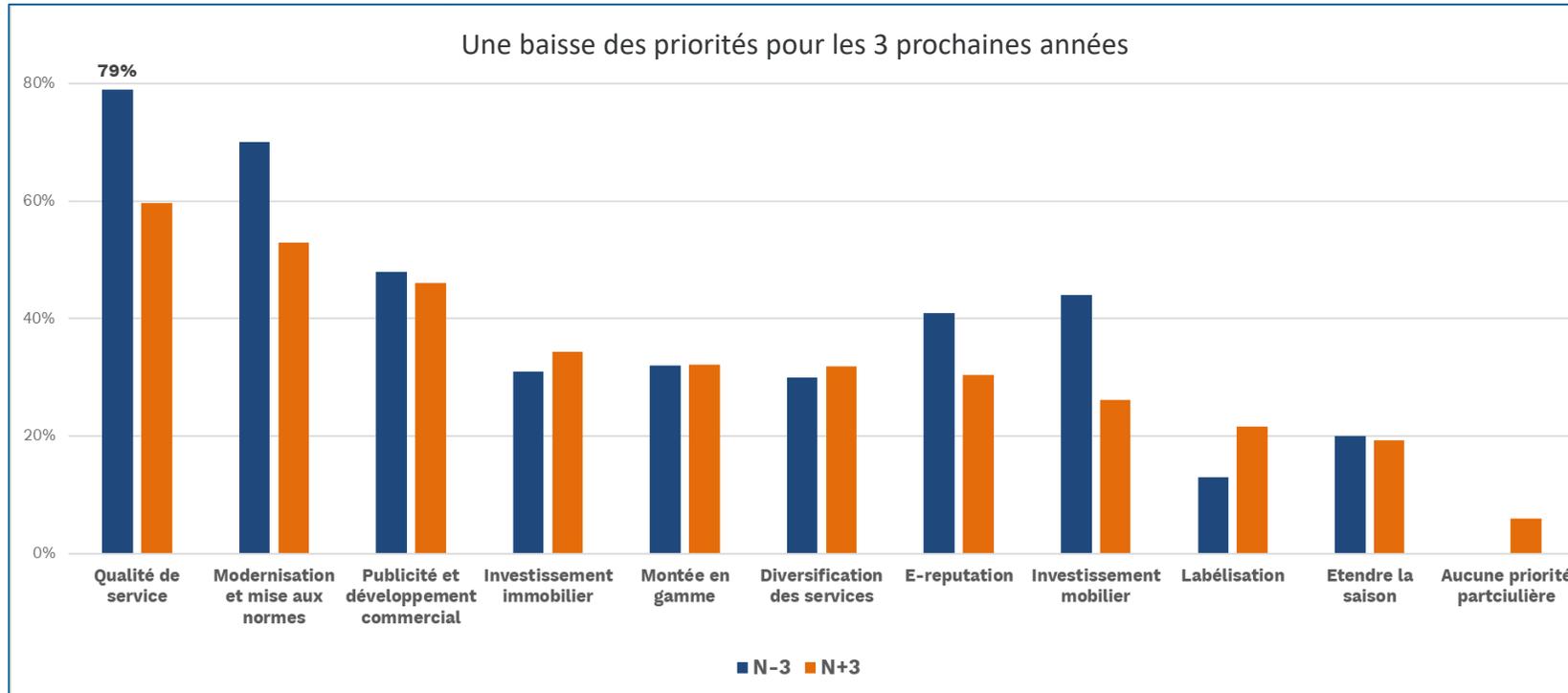
Moyenne d'actions mises en place

- 1^{ère} tranche de CA : **2,3**
- 2^{ème} tranche : **2,7**
- 3^{ème} tranche : **2,9**

Des actions dont l'impact est difficile à comptabiliser



Difficultés à se projeter : Recentrer son activité



Si on analyse, le graphique on observe que :

- Il y a 3 ans, les 5 actions prioritaires pour les campings étaient : la qualité des services, la modernisation, la publicité, l'investissement mobilier et l'e-réputation.
- Pour les 3 prochaines années, les 5 investissements prioritaires sont : la qualité des services, la modernisation, la publicité, l'immobilier et la montée en gamme.
- A noter que les **établissements répondent moins concernant leurs priorités futures que sur celles des dernières années**. On peut supposer que la crise sanitaire a mis un frein aux possibilités d'investissement et entraîné un manque de confiance économique.
- Top 3 des priorités peu importe la période : **la qualité des services, la modernisation et la publicité**.
- D'une manière générale, **plus le CA d'un établissement est élevé, plus il a de priorités**.

Synthèse

Activité & développement

- de 150K€

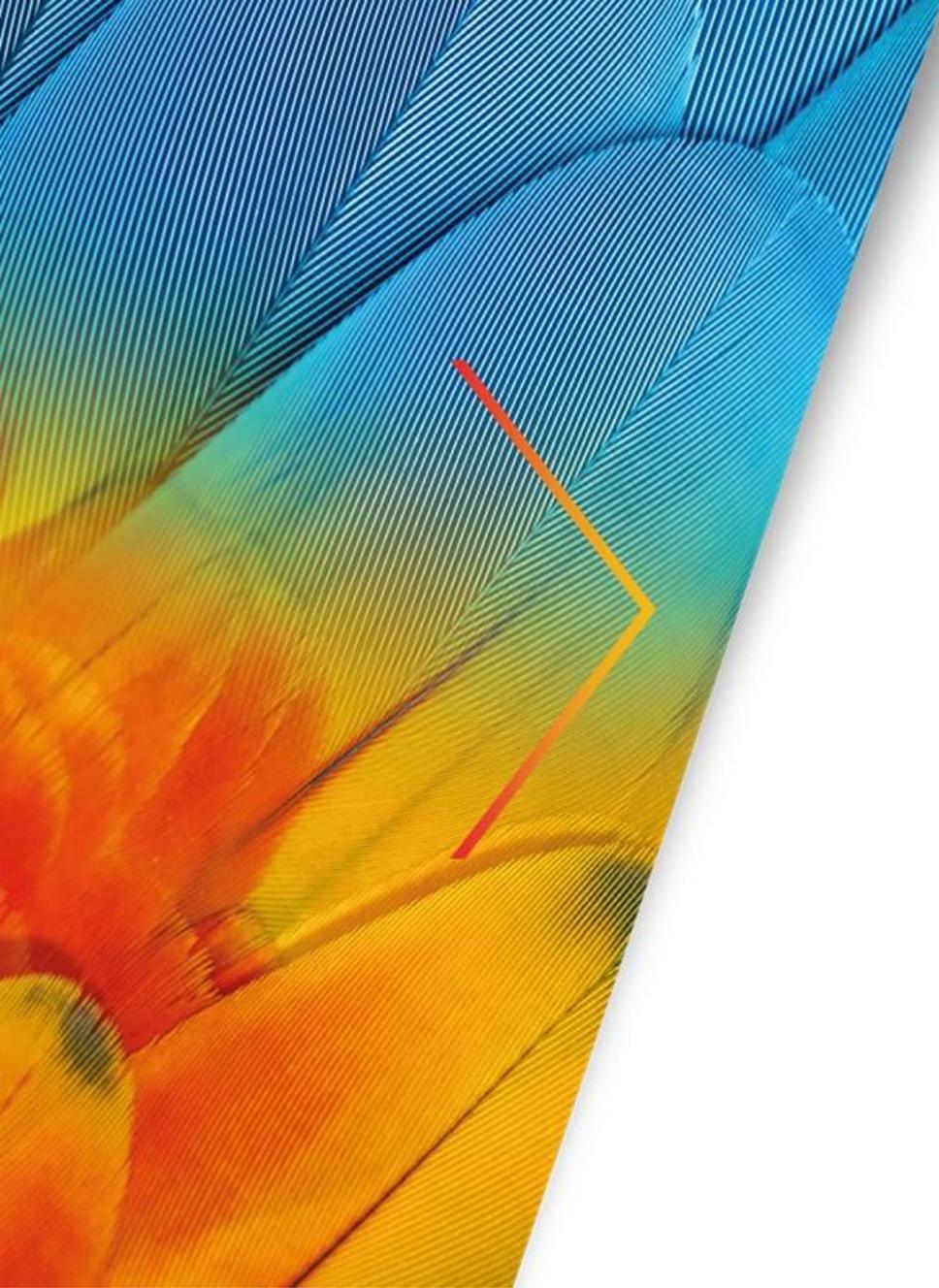
- Une baisse de CA 2020 moins forte que les autres campings
- -40% de nuitées vendues
- 2 actions en faveur de l'environnement
- Priorité : Modernisation et mise aux normes

de 150 à 500K€

- Baisse de CA en 2020
- -30% de nuitées vendues
- 3 actions en faveur de l'environnement
- Priorité : Qualité des services

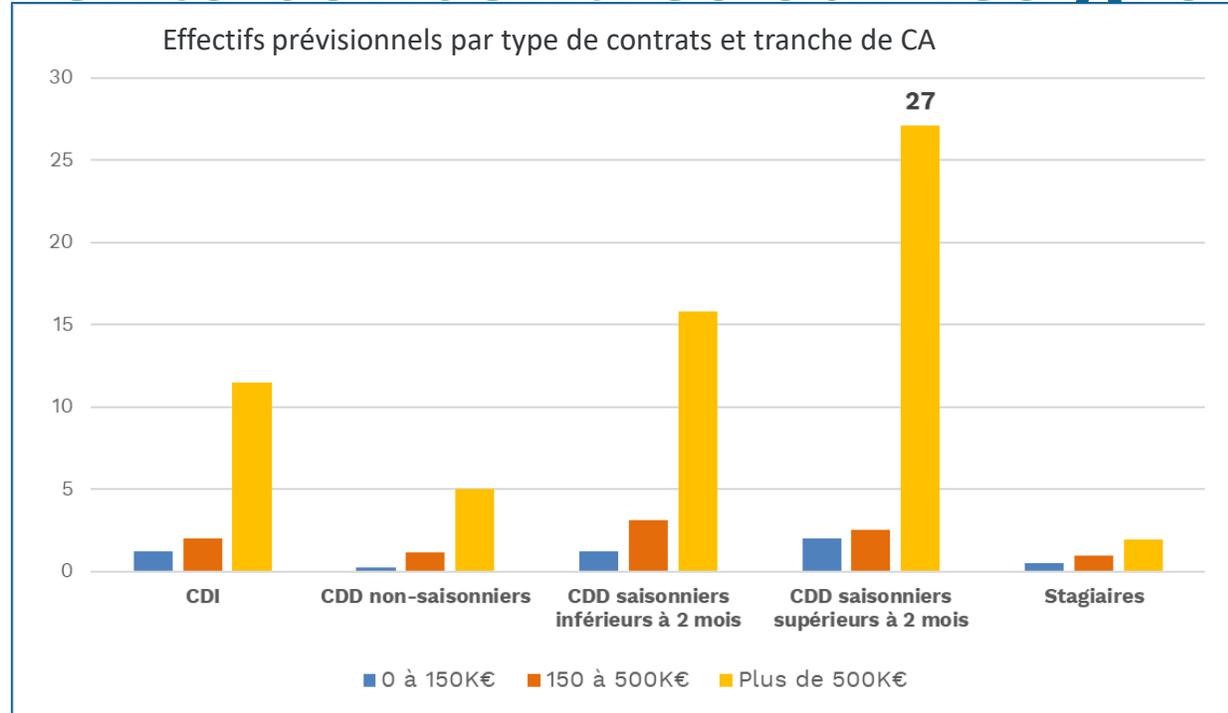
+ de 500 K€

- Baisse de CA en 2020
- -20% de nuitées vendues
- 3 actions en faveur de l'environnement
- Priorités : Qualité des services, E-réputation et Montée en gamme



Emploi & gestion de l'emploi

Des Recrutements concentrés sur les gros campings



Lecture : Un camping de plus de 500K € de CA prévoit en moyenne de recruter 27 CDD saisonniers (supérieurs à 2 mois) pour 2021.

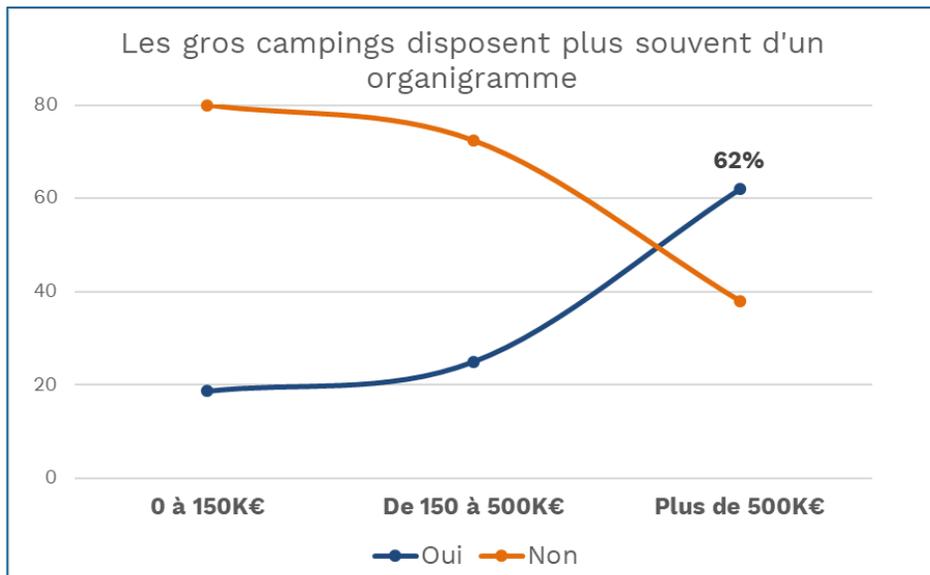
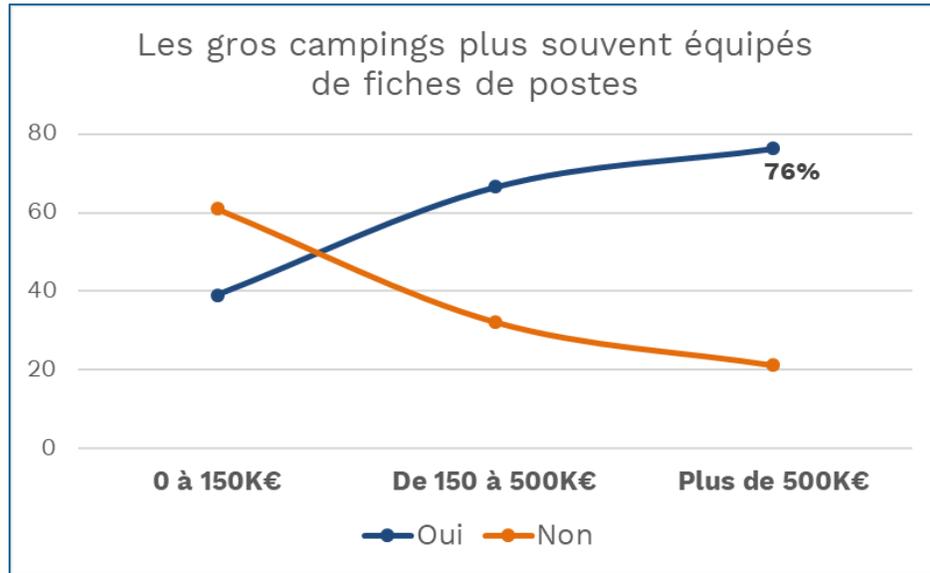
Si on analyse le graphique, on observe que :

- **Plus le CA d'un camping est élevé, plus il prévoit de recruter en 2021.**
- Les établissements ayant un CA plus bas semblent moins enclins à recruter par absence de besoins.
- Les trois types de contrats préférés, tous établissements confondus sont les CDD saisonniers supérieur à 2 mois, les CDD saisonniers inférieurs à 2 mois et les CDI.

A noter que :

- Les contrats de **stage** arrivent en 4^{ème} position des embauches prévues des campings de moins de 150K euros et en 5^{ème} des établissements ayant un CA entre 150 et 500K €.
- Les établissements de plus 500K € de CA prévoient de recruter en moyenne 3 **intermittents du spectacle** en 2021.

Outils d'organisation RH répandus dans les gros campings

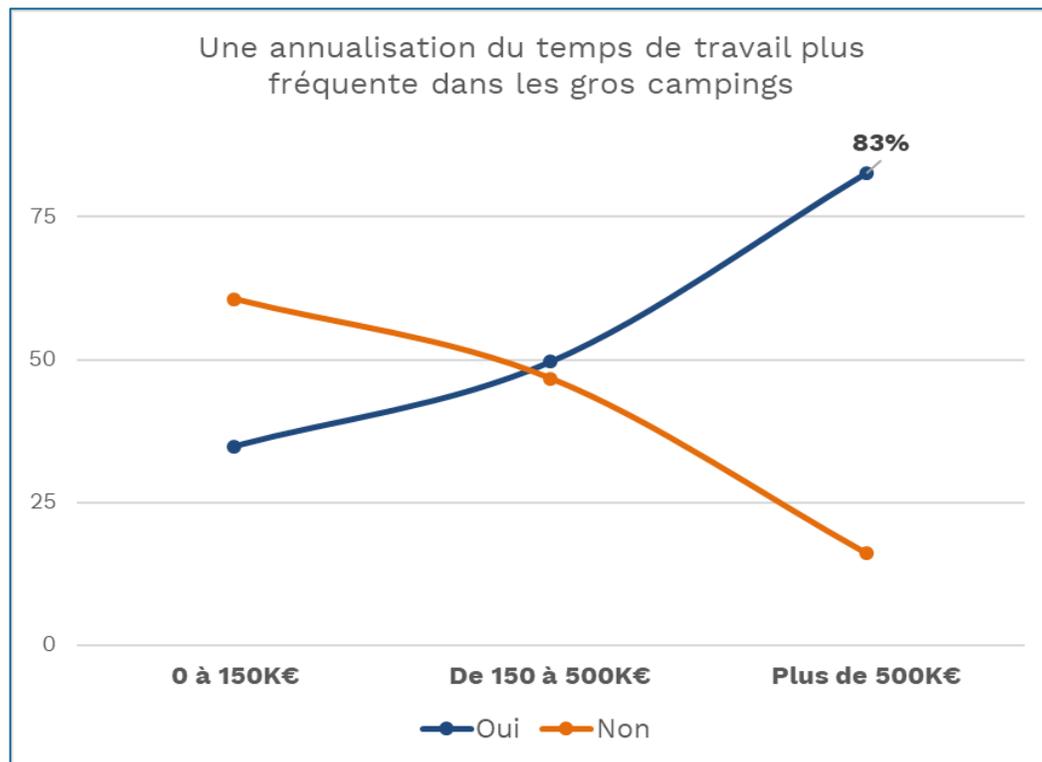


Si on analyse les graphiques, on observe que :

- **Plus un établissement enregistre un CA élevé, plus il dispose de fiches de poste et d'un organigramme.**
- A noter que les fiches de poste sont plus fréquentes que les organigrammes.
- Les campings des deux premières tranches ayant peu d'employés, ils semblent moins enclins à mettre en place des outils d'organisation RH.

Lecture : 62% des campings ayant un CA supérieur à 500K € disposent d'un organigramme.

annualisation du temps de travail

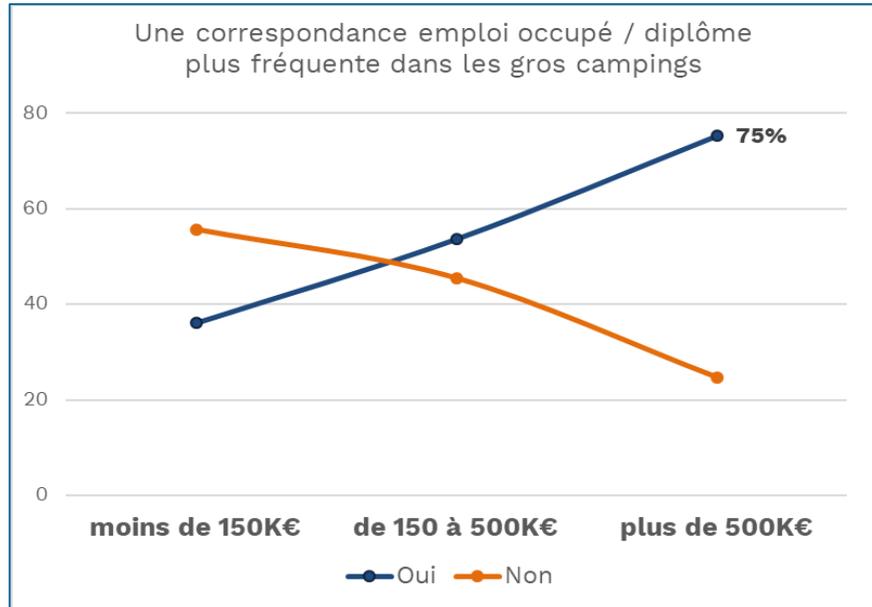


Lecture : 83% des campings ayant un CA supérieur à 500K € ont mis en place une annualisation du temps de travail pour leurs salariés permanents.

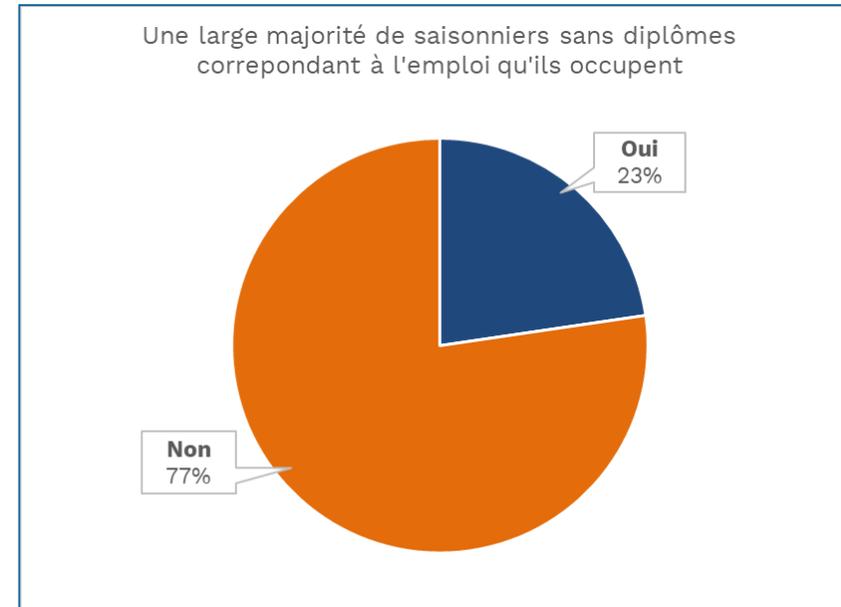
Si on analyse le graphique, on observe que :

- Plus 8 campings sur 10 ayant un CA supérieur à 500K € ont mis en place une annualisation du temps de travail pour leurs salariés permanents.
- A contrario, seulement 35% des campings ayant un CA inférieur à 150K €.
- Pour ce qui est des campings ayant un CA entre 150 et 500K €, c'est 50/50.
- Aussi, **plus le CA d'un établissement est élevé plus il est à même de mettre en place une annualisation du temps de travail.**

Correspondance poste et diplôme : disparités entre salariés permanents et saisonniers



Lecture : 75% des campings de plus de 500K € déclarent que leurs salariés ont des diplômes correspondant à l'emploi qu'ils occupent.

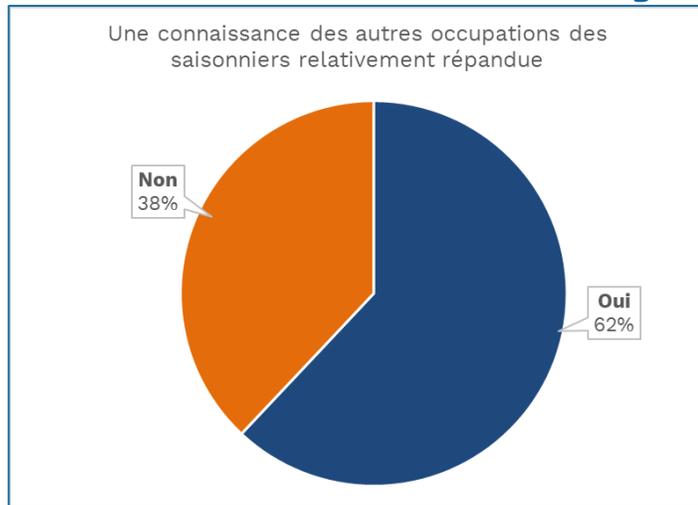


Lecture : 73% des campings de moins de 150K € déclarent que leurs saisonniers n'ont pas les diplômes correspondant à l'emploi qu'ils occupent.

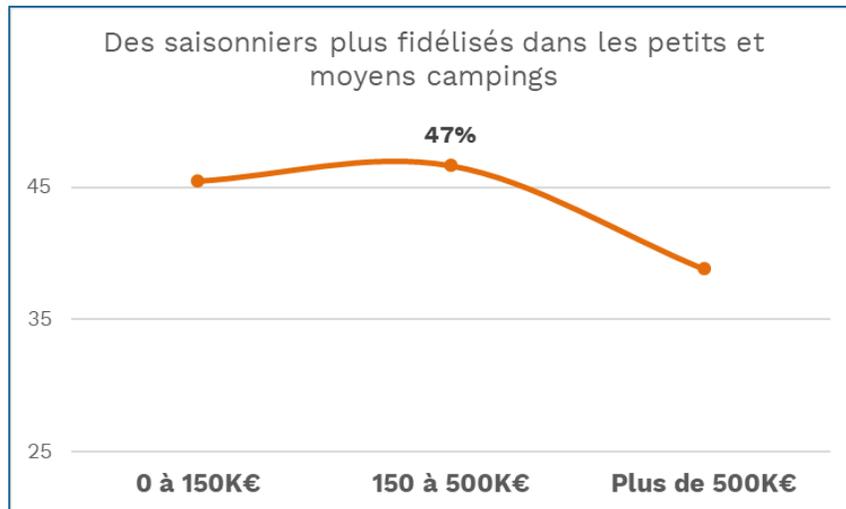
Si on analyse les graphiques, on observe que :

- **Plus le CA d'un camping est élevé, plus ses salariés disposent de diplômes et de certifications correspondant à l'emploi qu'ils occupent.**
- La correspondance entre le diplôme et le poste occupé semble moins importante pour le recrutement des saisonniers. En effet, en moyenne, 7 campings sur 10 déclarent que leurs saisonniers n'ont pas les diplômes correspondant aux emplois qu'ils occupent.

Fidélisation moyenne des saisonniers



Lecture : 62% des campings connaissent l'occupation de leurs saisonniers le reste de l'année.



Lecture : Dans les campings ayant un CA entre 150 et 500K€ 47% des saisonniers reviennent chaque année.

Si on analyse les graphiques, on observe que :

- Plus de 6 campings sur 10 savent comment leurs saisonniers sont occupés le reste de l'année.
- Les campings ayant un CA entre 150 et 500K € sont les plus nombreux à connaître l'occupation de leurs saisonniers.
- Concernant la part des saisonniers qui reviennent chaque année, ils sont plus nombreux dans les campings ayant un CA faible et intermédiaire que dans ceux ayant un CA élevé.

44%

des saisonniers reviennent chaque année.

Synthèse

Emploi et salariat

- de 150K€

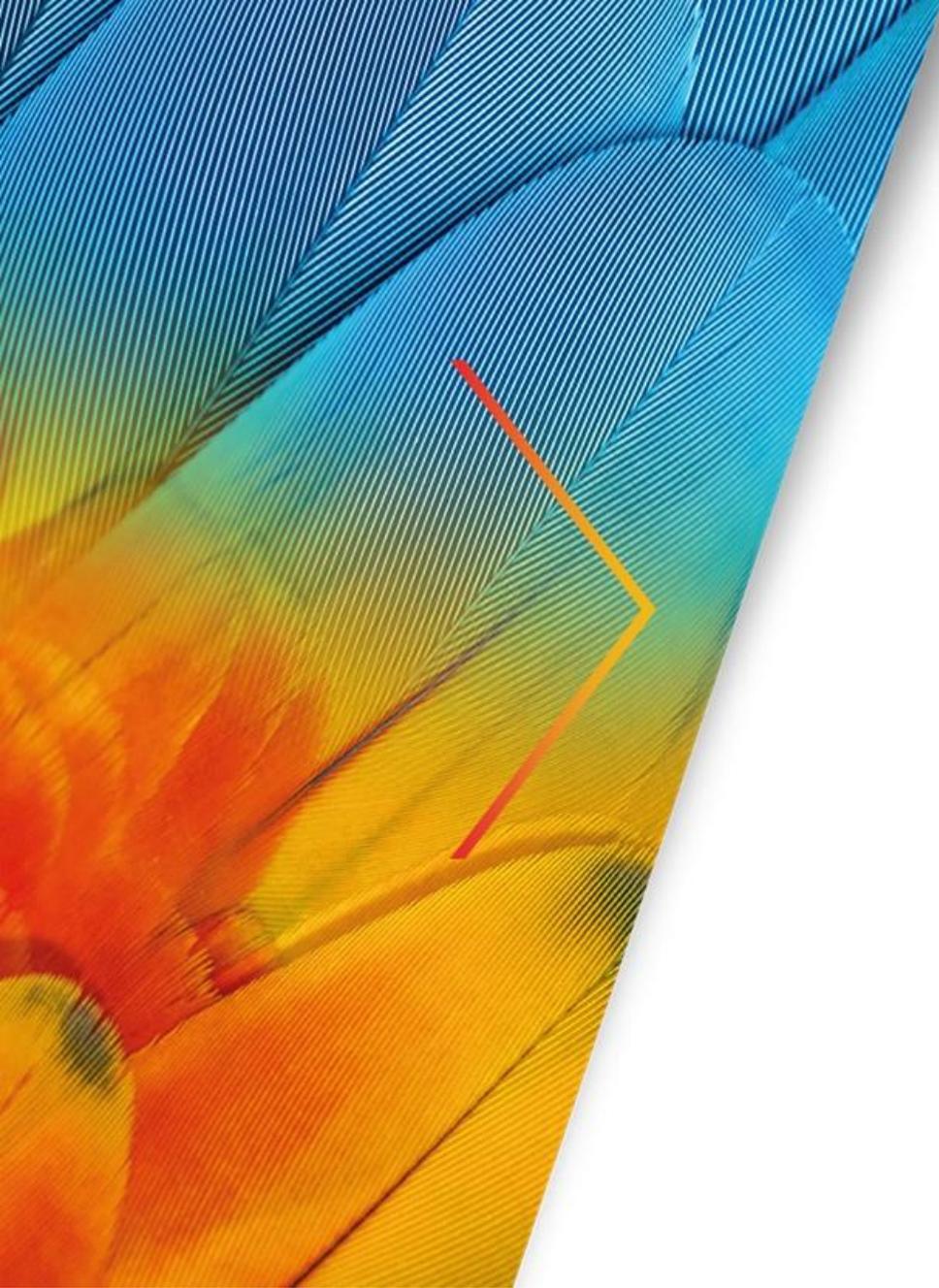
- Recrute : 1 CDI, 3 CDD
- Ne dispose pas d'outils d'organisation RH
- Saisonniers fidèles
- Correspondance diplôme – emploi : **faible**

de 150 à 500K€

- Recrute : 2 CDI, 7 CDD et 1 stagiaire
- Dispose de fiches de postes
- Saisonniers fidèles
- Correspondance diplôme – emploi : **moyenne**

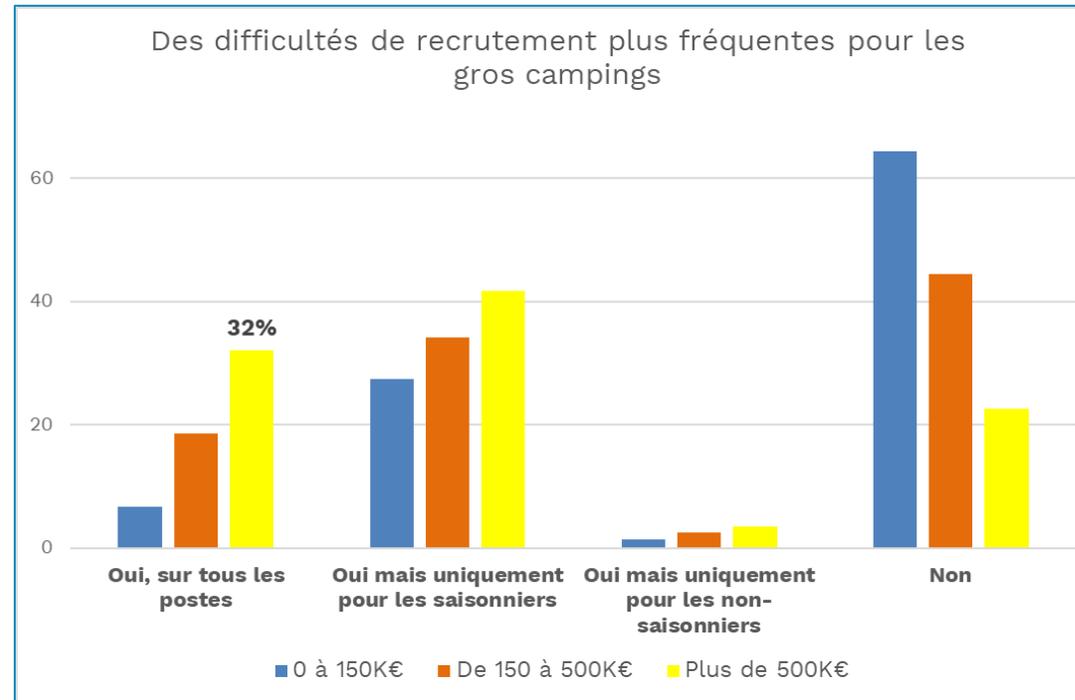
+ de 500 K€

- Recrute : 11 CDI, 48 CDD, 3 intermittents du spectacle et 2 stagiaires
- Dispose de fiches de postes et d'un organigramme
- Met en place une annualisation du temps de travail
- Saisonniers reviennent moins d'une saison à l'autre
- Correspondance diplôme – emploi : **forte**



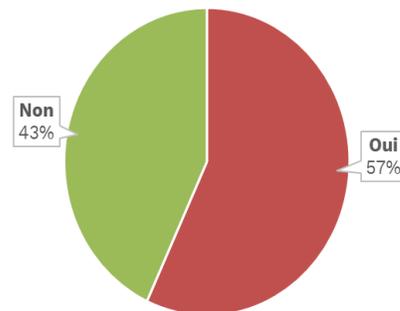
Connaître vos difficultés de recrutement

Des difficultés à recruter



Lecture : 32% des établissements ayant un CA supérieur à 500K € déclarent avoir des difficultés de recrutement sur tous les postes.

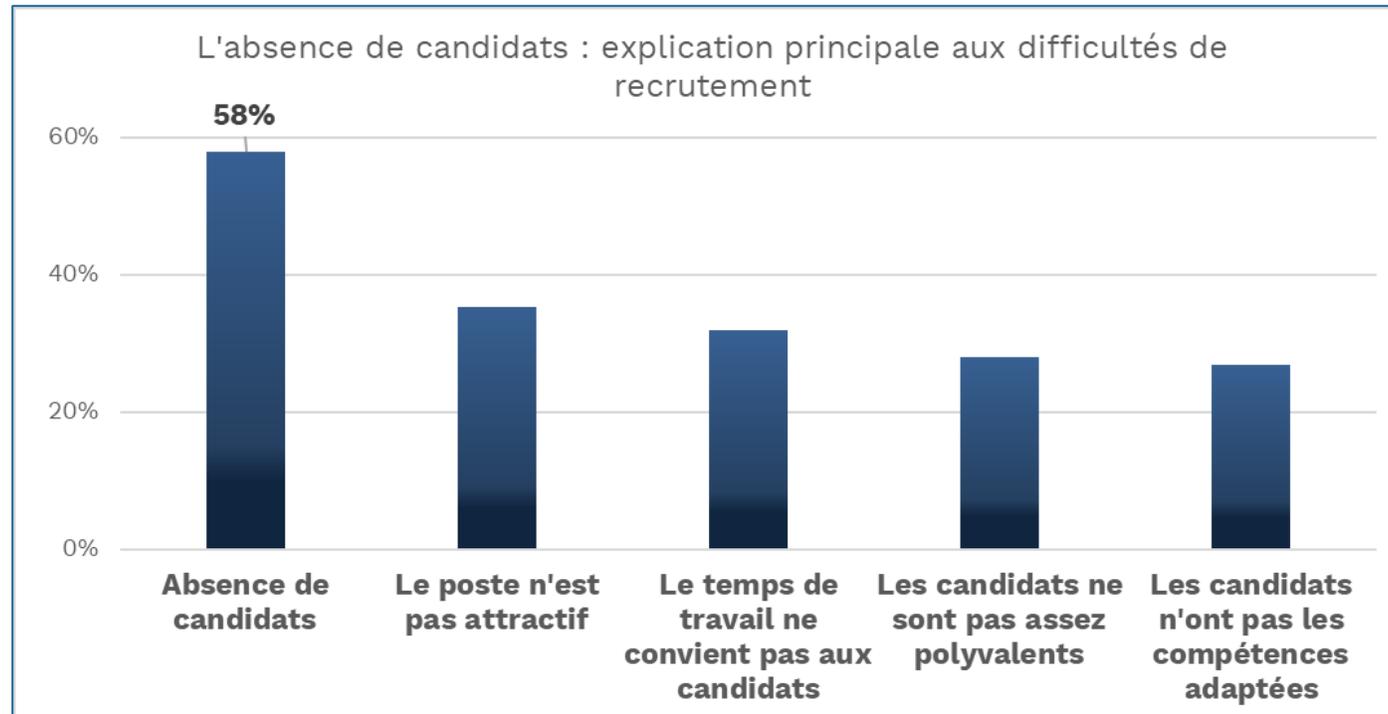
Une majorité de campings reconnaît avoir des difficultés de recrutement



Si on analyse les graphiques, on observe que :

- Près de 6 campings sur 10 déclarent avoir des difficultés de recrutement.
- Plus un établissement a un CA élevé, plus il déclare avoir des difficultés de recrutement.
- A contrario, plus un camping a un CA modéré, moins il déclare avoir des difficultés de recrutement.

Manque de candidats : Explication aux difficultés de recrutement

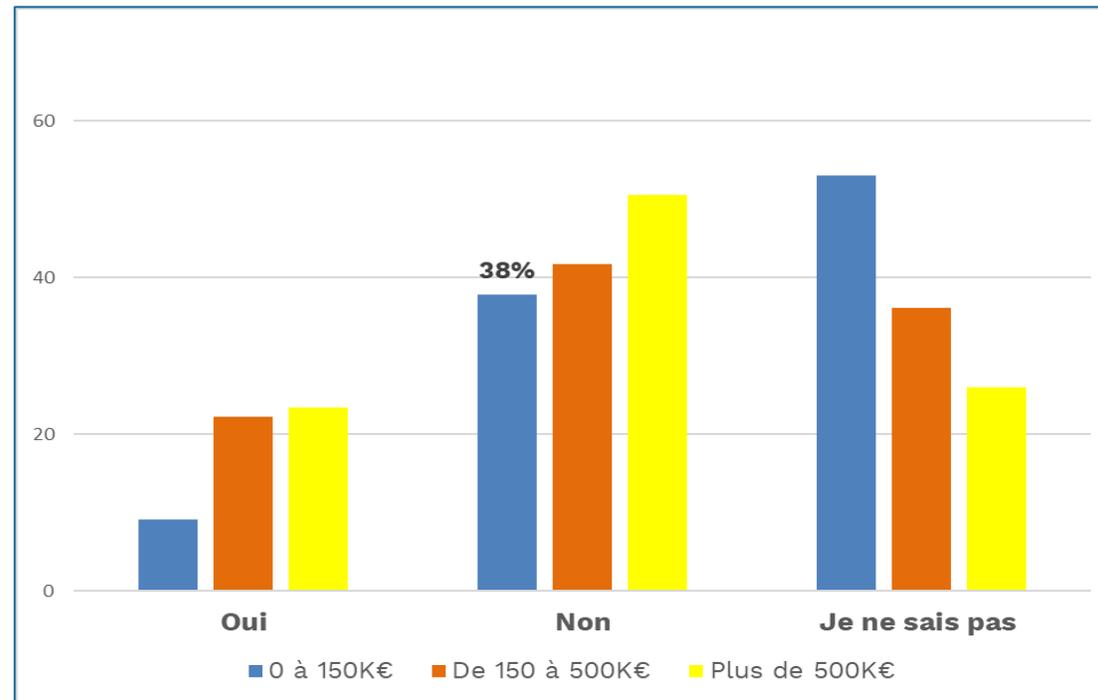


Lecture : 58% des campings considèrent l'absence de candidats comme un frein au recrutement.

Si on analyse le graphique, on observe que :

- Près de 6 campings sur 10 mettent en avant l'absence de candidats comme explication à leurs difficultés de recrutement.
- A noter que les campings ayant un CA faible et moyen mettent plus fréquemment en avant **le manque de polyvalence** des candidats, le manque d'attractivité du poste et le fait que le temps de travail ne convient pas aux candidats que les établissements ayant un CA élevé.
- Plus de 40% des campings ayant un CA de plus 500K € mettent en avant **le manque de logements** comme explication à leurs difficultés de recrutement.

Des freins au recrutement difficile à lever

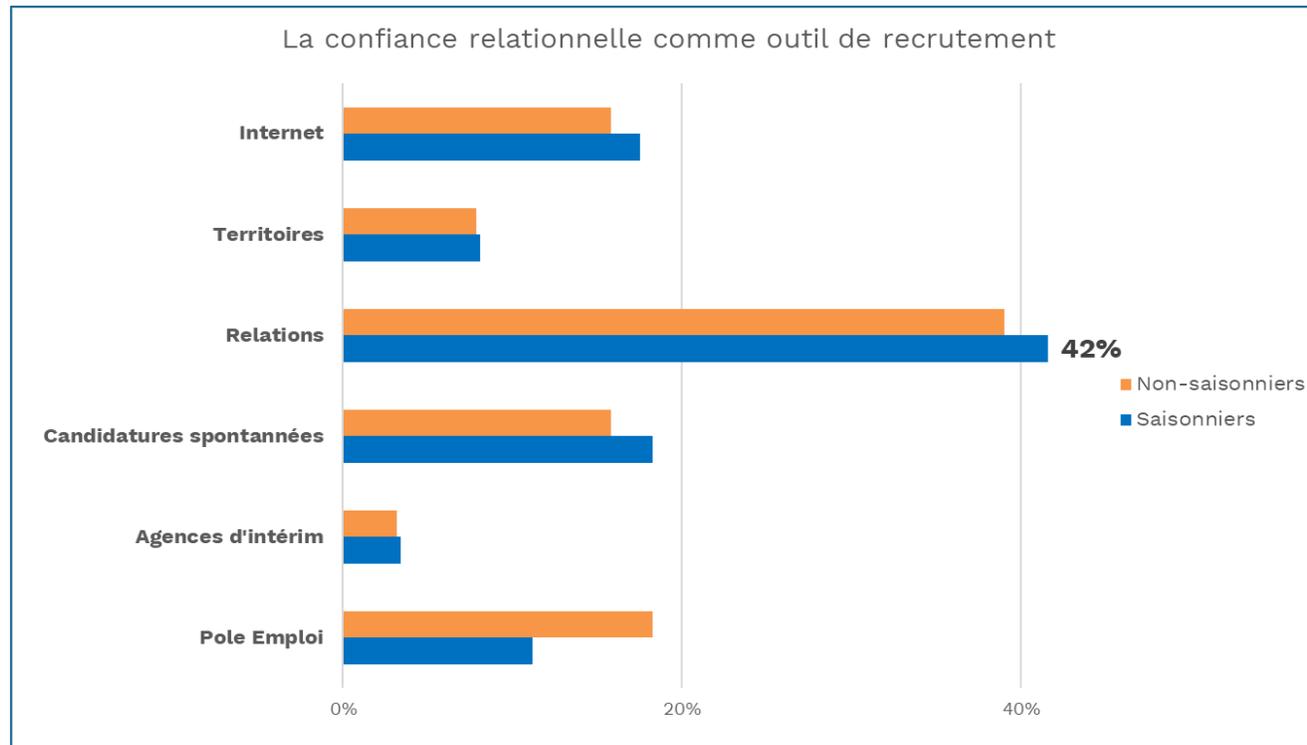


Lecture : 38% des campings ayant un CA inférieur à 150K € déclarent ne pas avoir réussi à lever leurs freins au recrutement.

Si on analyse le graphique, on observe que :

- De manière générale, **une majorité de campings considèrent ne pas avoir réussi à lever les freins à leurs recrutements.**
- Seulement 2 campings sur 10 ont réussi à lever les freins à leurs recrutements.
- Les campings ayant un CA inférieur à 150K € étant moins enclins à recruter, ils sont près de la moitié les plus nombreux à répondre « Je ne sais pas ».
- Parmi les solutions mises en avant **le recours à la polyvalence** arrive en première position devant le recours à la formation et au cabinet de recrutement.
- Parmi les solutions mises en avant dans les verbatims, à noter : « le réseau » et « le bouche-à-oreille ».

des recrutements fondés sur la confiance



Lecture : 42% des campings utilisent leurs relations pour recruter leurs saisonniers.

Si on analyse le graphique, on observe que :

- Les campings ont plus souvent répondu concernant les saisonniers.
- De manière générale, les 4 solutions de recrutement les plus fréquemment employées sont : les relations, les candidatures spontanées et Internet.
- A noter que **plus un établissement a un CA élevé, plus il utilise d'outils de recrutement différents**. En effet, quand un camping de la 1^{ère} tranche de CA utilise en moyenne 1,5 outils pour recruter ses saisonniers, un camping de la 3^{ème} tranche en utilise 5.
- Opposition de deux types d'outils :
 - Ceux basés sur les recommandations relationnelles et internet sont les plus utilisés.
 - Les outils plus institutionnels (Pôle Emploi, agences d'intérim, mission locale) sont délaissés.

Synthèse

Difficultés de recrutement

- de 150K€

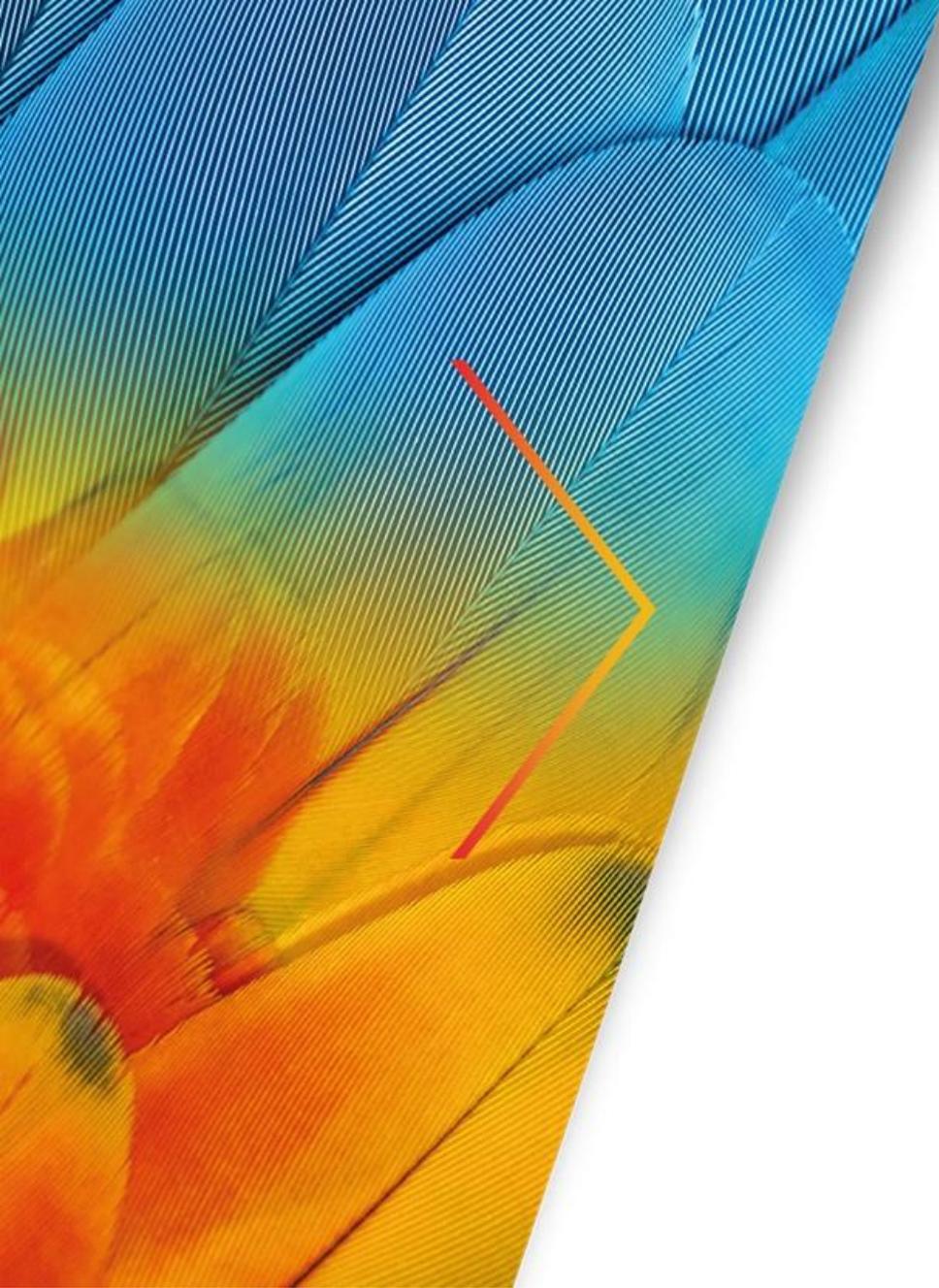
- Peu de difficultés de recrutement
- Un manque d'attractivité des postes
- Recrute principalement par bouche-à-oreille

de 150 à 500K€

- Des difficultés de recrutement concentrées sur les saisonniers
- A cause de l'absence de candidats
- N'a pas réussi à lever les freins au recrutement
- Recrute principalement par bouche-à-oreille et candidatures spontanées

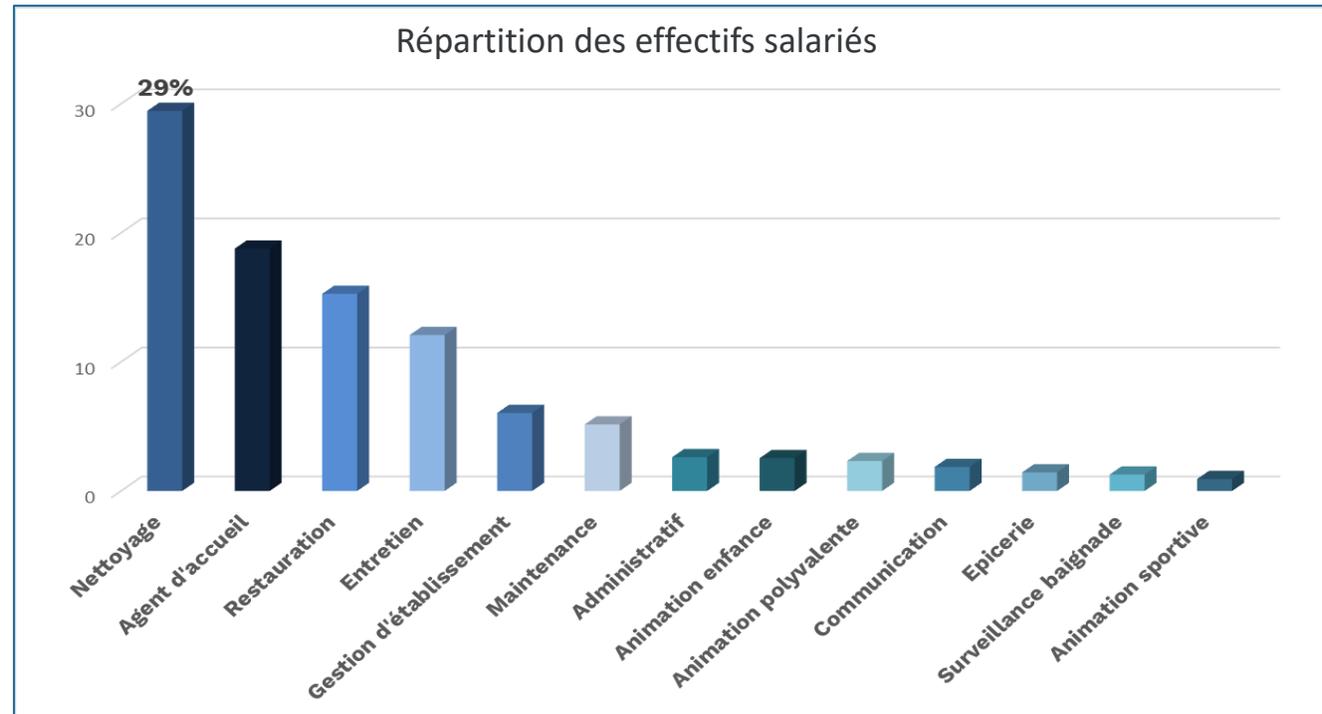
+ de 500 K€

- Forte difficultés de recrutement
- A cause de l'absence de candidats et du manque de logements
- N'a pas réussi à lever les freins au recrutement
- Recrute principalement par bouche-à-oreille, candidatures spontanées et Pôle Emploi



Métiers, qualifications & formations

Les Employés du nettoyage et de l'Accueil : La moitié des effectifs salariés



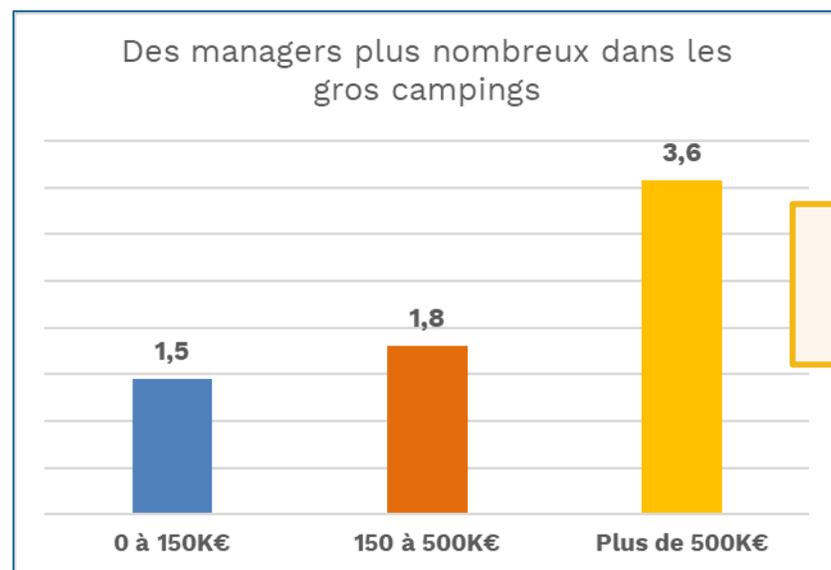
Si on analyse le graphique, on observe que :

- Les 3 plus gros effectifs de salariés sont les employés du nettoyage, les agents d'accueil et ceux de la restauration.

A noter que :

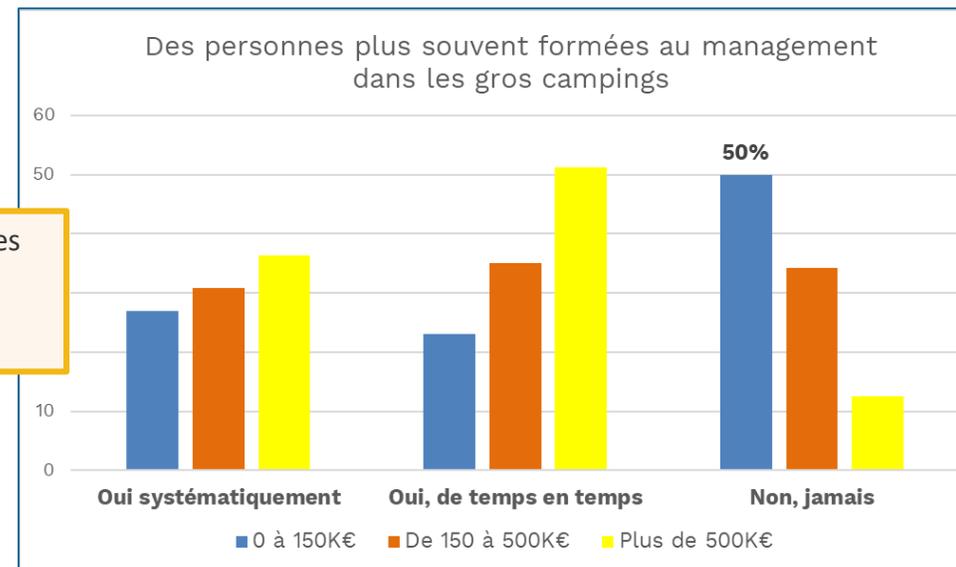
- **Plus un camping a un CA élevé, plus sa masse salariale est dispersée entre différents postes.** A contrario, plus un camping a un CA modéré, plus sa masse salariale est concentrée sur un nombre réduit de postes.
- En effet, dans les campings ayant un CA supérieur à 500K €, les 3 plus gros effectifs de salariés représentent 54% de la masse salariale, alors qu'ils en représentent plus de 70% dans les campings ayant un CA inférieur à 150K €.

Les postes de managers



Moyenne de postes d'encadrement
2,2

Lecture : Les campings ayant un CA supérieur à 500K € ont en moyenne 3,6 managers.

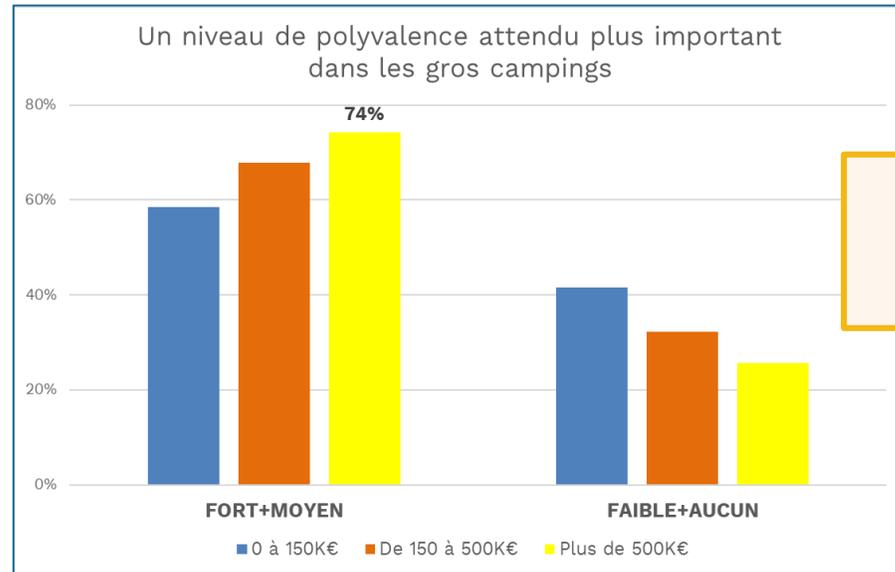


Lecture : 50% des campings ayant un CA inférieur à 150K € déclarent que les personnes occupant des postes d'encadrement ne sont pas formées au management.

Si on analyse les graphiques, on observe que :

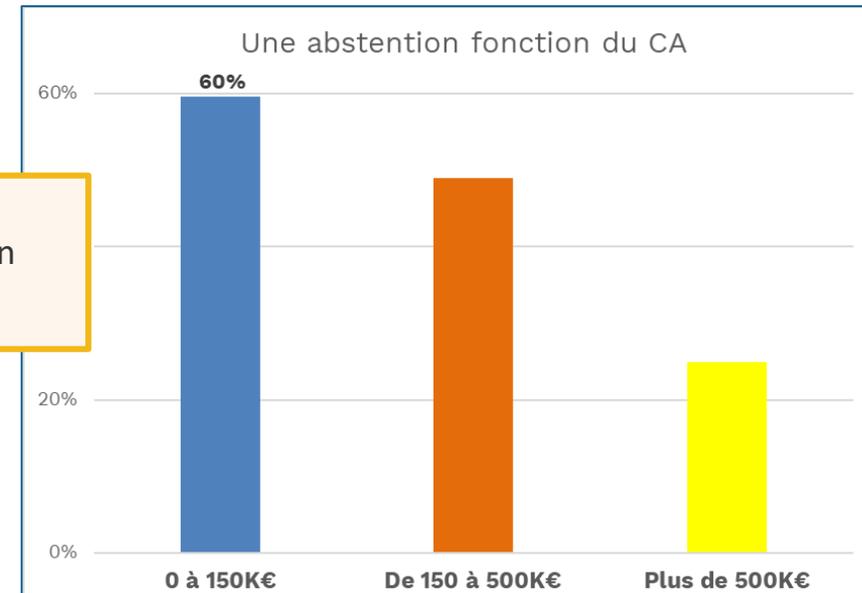
- **Plus le CA d'un camping est élevé, plus il dispose de postes d'encadrement.**
- En moyenne, près de 7 campings sur 10 déclarent ces postes sont occupés par des personnes formés management (systématique ou temps en temps).
- La moitié des établissements ayant un CA inférieur à 150K € déclarent que leur manager ne sont pas formés aux techniques de management.
- Plus le CA d'un camping est élevé, plus les personnes occupent des postes d'encadrement sont formées au management.

Niveau de polyvalence attendu 1/2



Lecture : En moyenne, 74% des campings ayant un CA supérieur à 500K € attendent un niveau de polyvalence fort ou moyen.

Moyenne
d'abstention
46 %

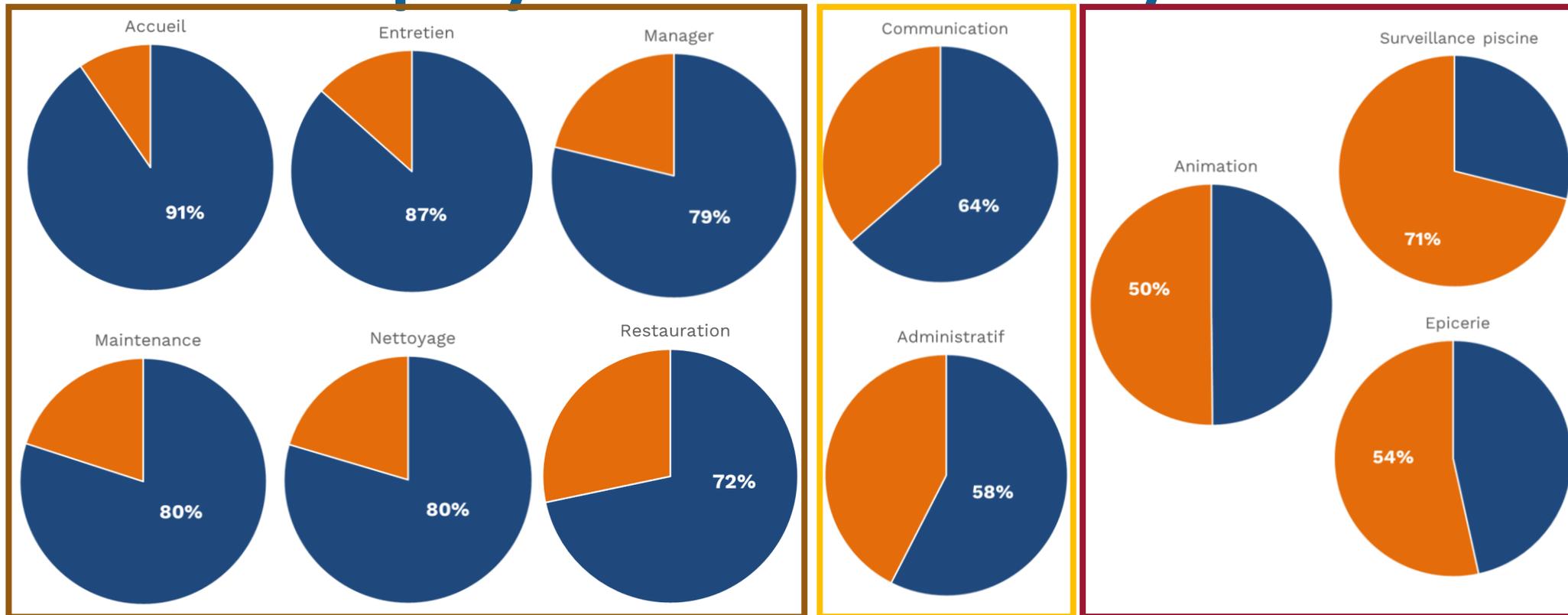


Lecture : En moyenne, 60% des campings ayant un CA inférieur à 150K € se sont abstenus sur ces questions.

Si on analyse les graphiques, on observe que :

- Près de 4 campings sur 10, tous CA confondus, déclarent attendre un niveau de polyvalence fort.
- Plus un camping a un CA élevé, plus il attend un niveau de polyvalence fort/moyen. Ces résultats peuvent apparaître contre-intuitif si l'on considère que les salariés des petits campings sont ou devraient être plus polyvalents que ceux des plus grands campings.
- **Explication :** Si la polyvalence correspond à une multiplication des compétences nécessaires afin de remplir une tâche, les salariés des plus petits campings sont plus multi-tâches que véritablement polyvalents. Les plus gros campings offrant une plus grande diversité de services, ils sont à la recherche de profils polyvalents.

Niveau de polyvalence Attendu 2/2

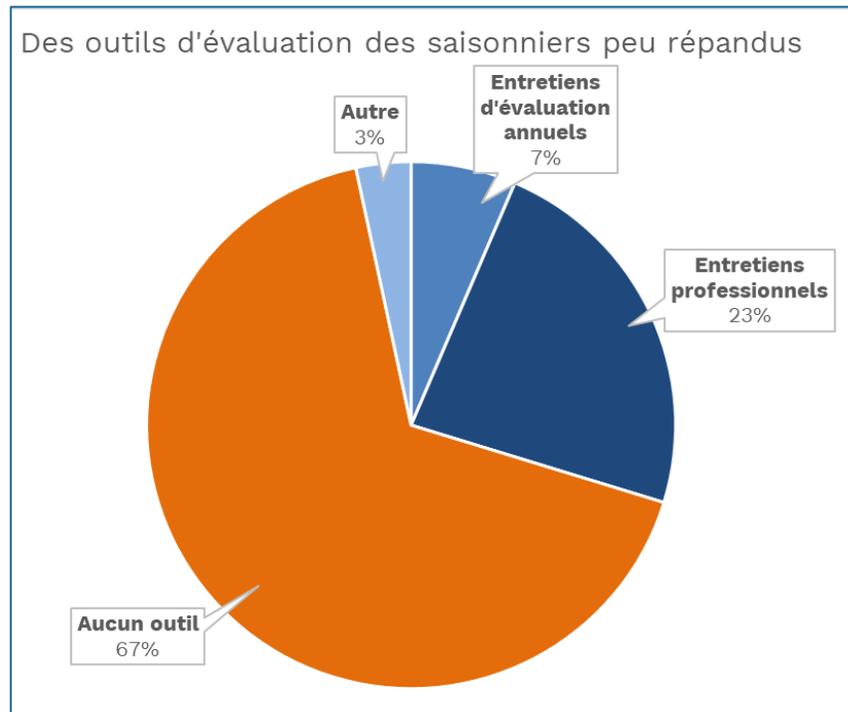


Lecture : Sur les métiers de l'accueil, en moyenne 91% des campings attendent un niveau de polyvalence fort ou moyen.

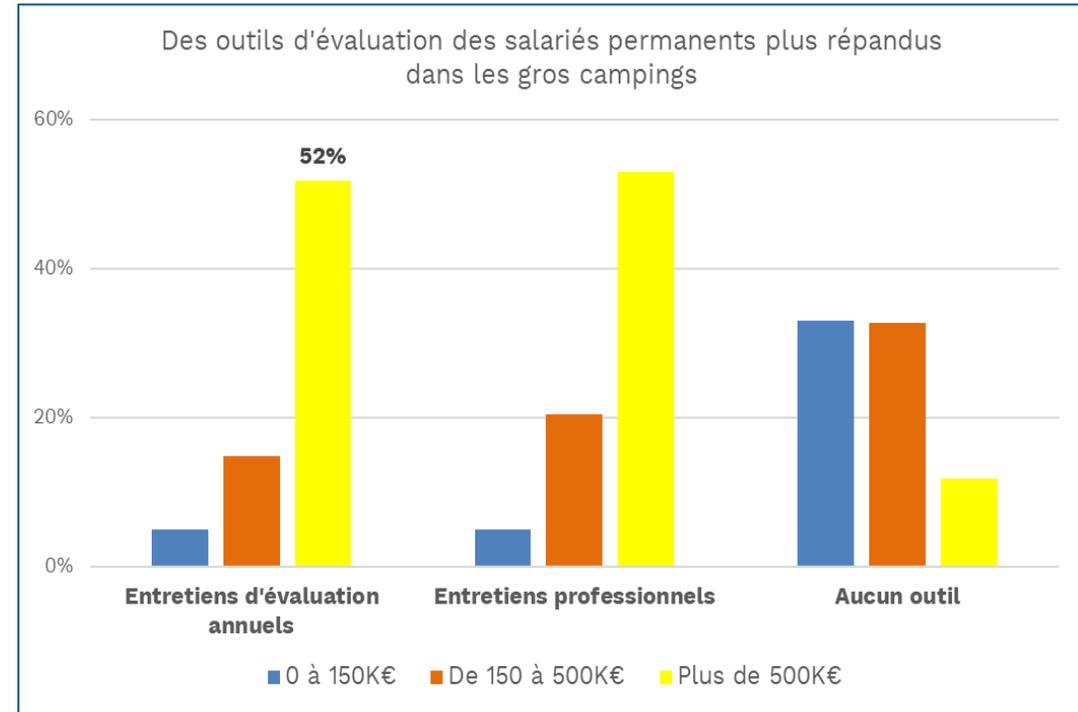
- Près de 8 campings sur 10 attendent un niveau de polyvalence conséquent pour les postes d'accueil, d'entretien, de maintenance, de nettoyage, de manager et de la restauration.
- Un niveau de polyvalence conséquent est aussi majoritairement attendu dans la communication et l'administratif, la maintenance.
- Pour les métiers de l'épicerie, de la surveillance piscine et de l'animation (tous types confondus), une large majorité d'établissements considèrent que le niveau de polyvalence attendu est faible voire nul étant donné que l'occupation du poste nécessite une certification spécifique.



Outils D'évaluation plus utilisés pour les salariés permanents



Lecture : 67% des campings n'utilisent aucun outil afin d'évaluer leurs saisonniers.

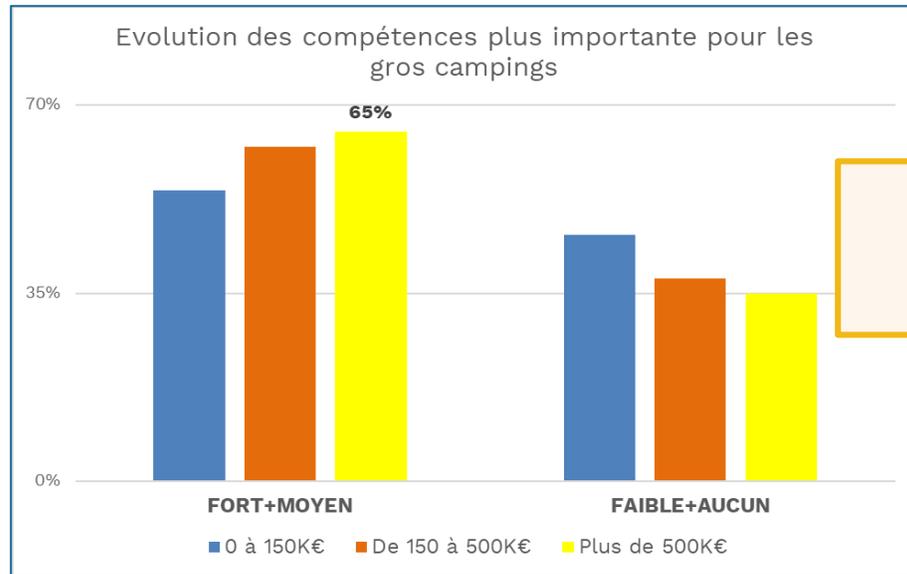


Lecture : 52% des campings de plus de 500K € de CA utilisent les entretiens d'évaluation annuels comme outil d'évaluation de leurs salariés permanents.

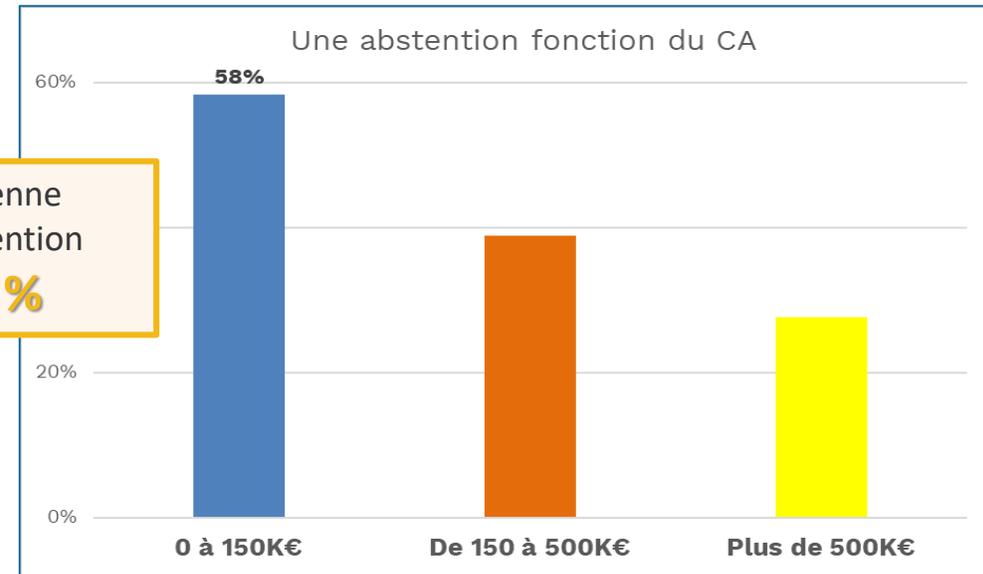
Si on analyse les graphiques, on observe que :

- Concernant les saisonniers, 7 campings sur 10 déclarent n'utiliser aucun outil d'évaluation.
- Concernant les salariés permanents, **plus le CA d'un camping est élevé plus il met en place des outils d'évaluation de ses salariés.** Près de la moitié des campings ayant un CA supérieur à 500K € utilisent des entretiens d'évaluation annuels et/ou des entretiens professionnels.

Evolution des compétences 1/2



Lecture : 65% des campings ayant un CA supérieur à 500K € déclarent que les compétences nécessaires pour exercer les métiers de l'HPA ont évolué fortement ou moyennement.

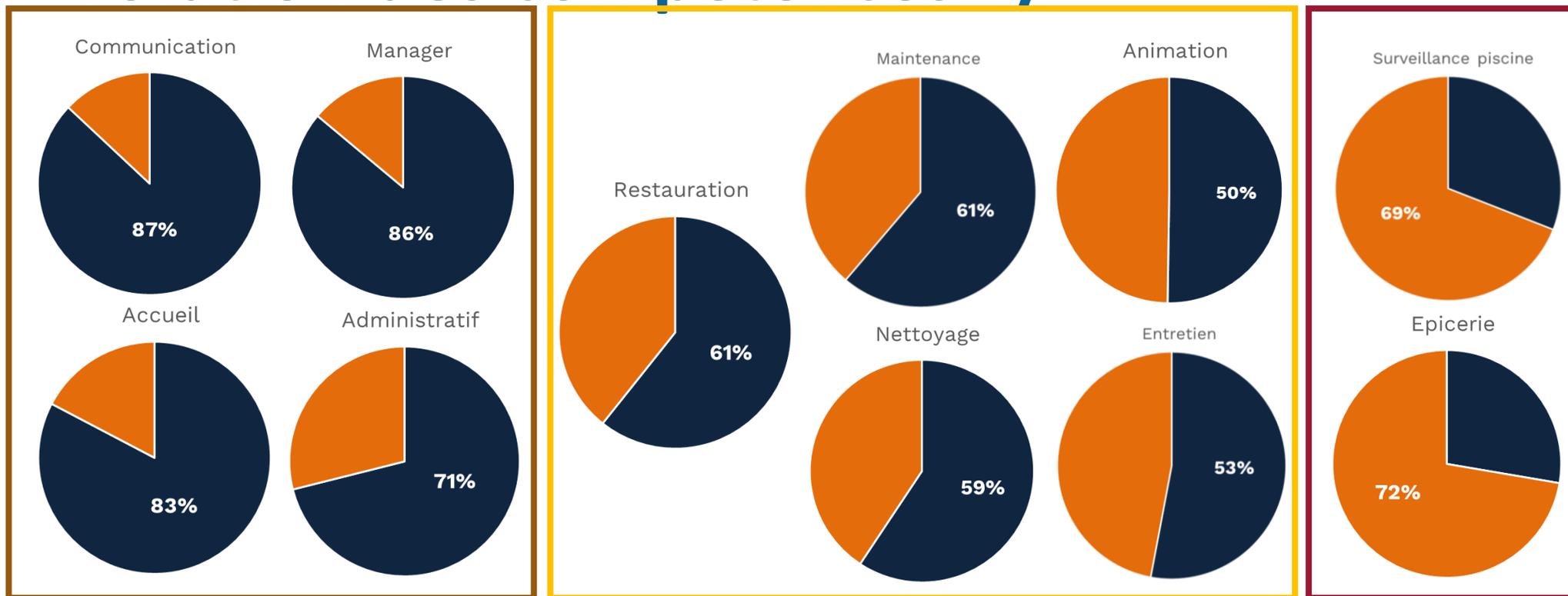


Lecture : En moyenne, 58% des campings ayant un CA inférieur à 150K € se sont abstenus sur ces questions.

Si on observe le graphique, on remarque :

- En moyenne, 6 campings sur 10 considèrent que les compétences nécessaires à l'exercice des métiers de l'HPA ont évolué fortement ou moyennement sur les 3 dernières années.
- Plus le CA d'un camping est élevé, plus c'est le cas.
- Près de 6 campings 10 ayant un CA inférieur à 150K € se sont abstenus sur ces questions.

Evolution des compétences 2/2



Lecture : 87% des campings déclarent que les compétences nécessaires à l'exercice des métiers de la communication ont fortement ou moyennement évolué.

Si on observe les graphiques, on remarque que :

- Près de 8 campings sur 10 déclarent que les compétences nécessaires à l'exercice des métiers de la **communication**, du **management**, de l'**accueil** et de l'**administratif** ont évolué fortement ou moyennement ces trois dernières années.
- A l'opposé, près de 7 campings sur 10 déclarent que les compétences attendues n'ont pas évolué ou faiblement évolué pour les métiers de l'épicerie et de la surveillance piscine.



compétences à développer par poste



Si on analyse le graphique, on observe que :

- La maîtrise de **langues étrangères** a été pointée comme l'une des compétences prioritaires à développer. Elle revient dans les métiers de l'accueil, de l'animation et de la restauration.
- La **polyvalence** revient également régulièrement sur les métiers de l'accueil, de la maintenance, de l'entretien, de la restauration et de la surveillance piscine.
- Le **taux de réponse varie en fonction des métiers**. Si les campings se sont mobilisés à hauteur de 20% sur les métiers de l'accueil seulement 5% ont répondu sur le poste de surveillant de piscine.

A noter que :

- **Près de 9 campings sur 10 se sont abstenus** sur ces questions. Le taux d'abstention croît à mesure que le CA baisse.

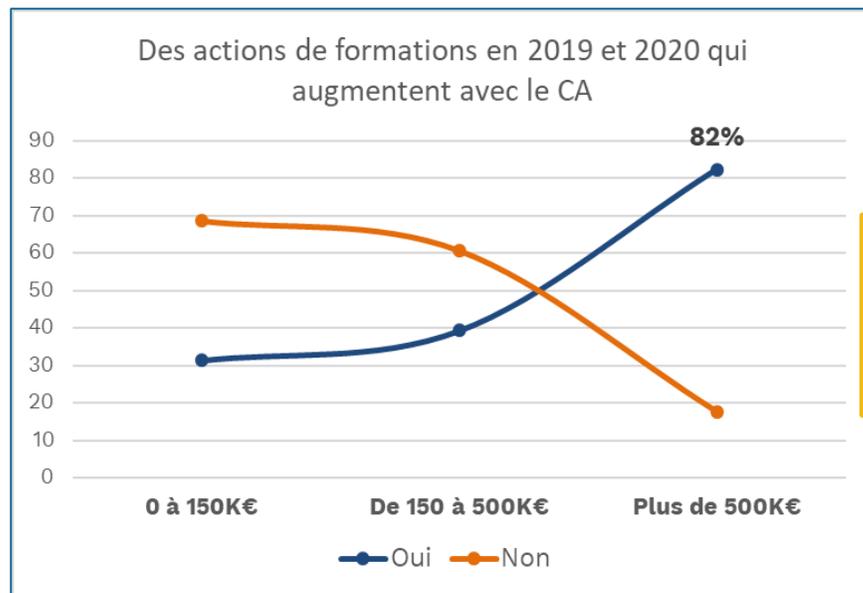
Graphique correspond à une analyse de **43 verbatims**.

Il est organisé en deux parties :

- A l'intérieur : les postes
 - A l'extérieur : les compétences à développer sur ces postes
- Plus la surface d'un bloc est importante, plus les répondants se sont exprimés sur ce sujet.

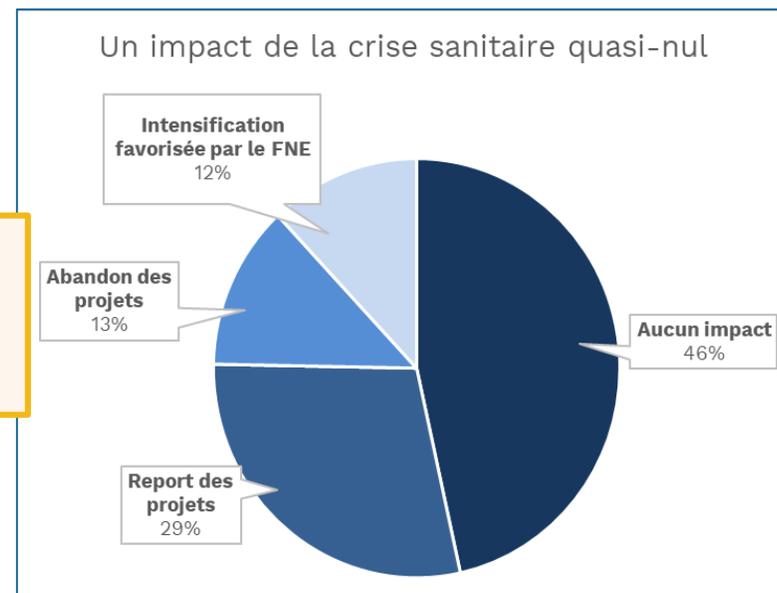
Lecture : Les compétences à développer sur les postes d'accueil sont principalement la maîtrise de langues étrangères, puis celle de logiciels informatiques et la polyvalence.

Actions de formation Dépendantes du CA



Lecture : 82% des campings ayant un CA supérieur à 500K€ ont mis en place des actions de formations en 2019 et 2020.

93%
ont fait appel à un
organisme de
formation



Lecture : 46% des campings déclarent que la crise sanitaire n'a eu aucun impact sur leurs projets de formation.

Si on analyse les graphiques, on observe que :

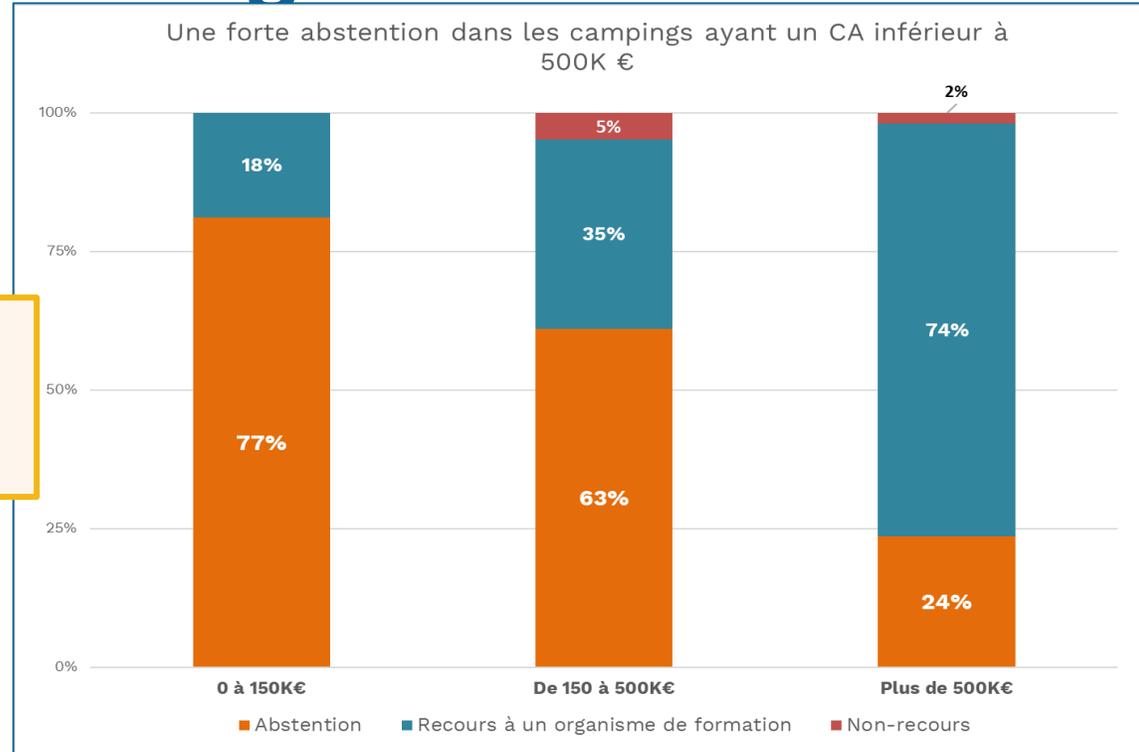
- **Plus un camping a un CA élevé, plus il met en place des actions de formation.**
- Parmi les campings ayant mis en place des actions de formations, plus de 9 sur 10 ont fait appel à un organisme de formation.
- Pour près de la moitié des établissements, la crise sanitaire n'a eu aucun impact sur leurs projets de formation.

A noter toutefois que :

- Contrairement aux campings des deux premières tranches de CA, les campings de la troisième tranche ont été une majorité à déclarer que la crise sanitaire avaient eu pour conséquence de **reporter leurs projets de formation**.

Recours à un organisme de formation

En moyenne,
55%
des campings se sont
abstenus



Lecture : 77% des campings ayant un CA inférieur à 150K€ se sont abstenus sur cette question.

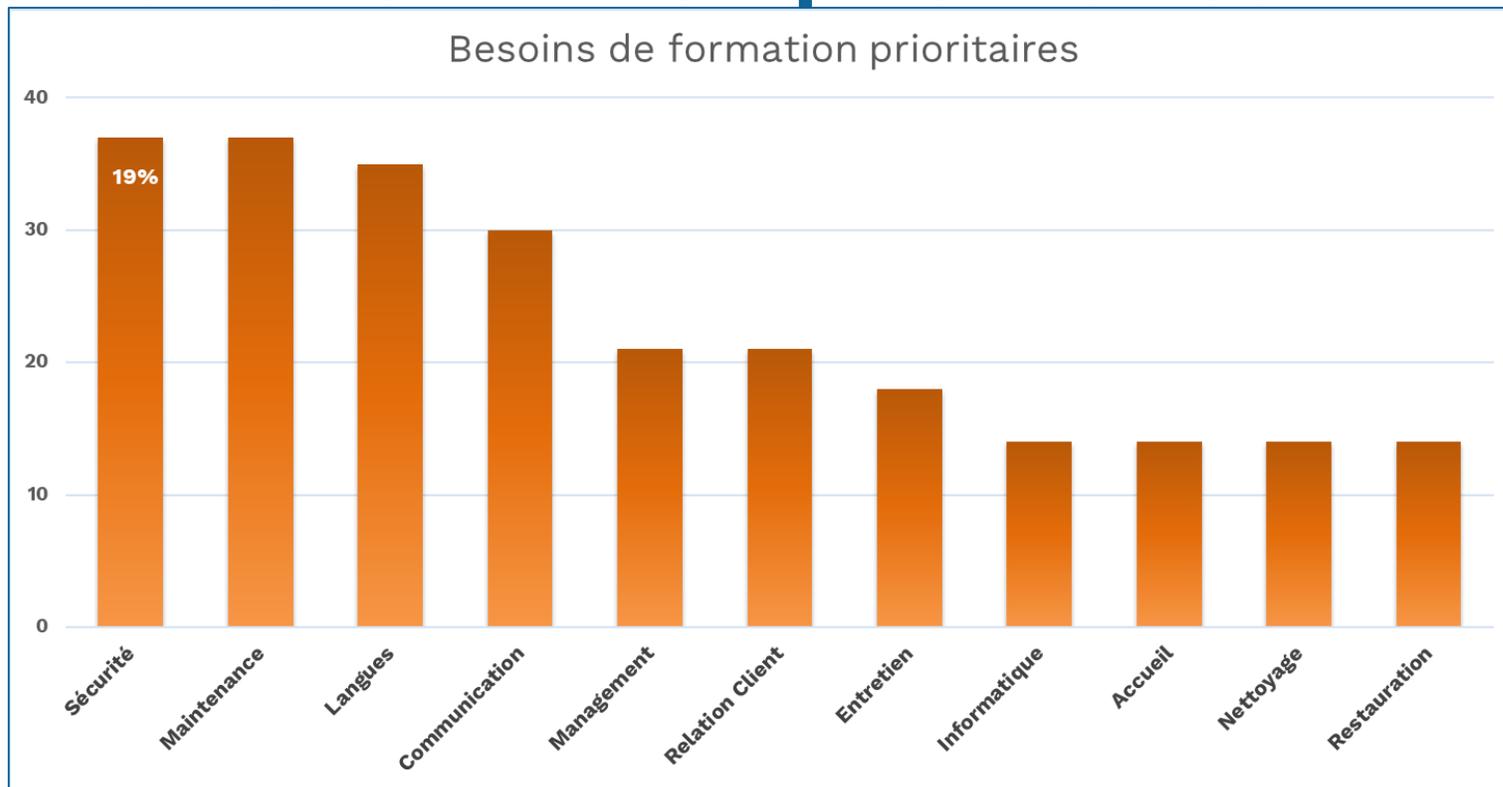
Pour rappel, la question était : « Si vous avez mis en place des actions de formation pour les salariés en 2019 et 2020, avez-vous fait appel à un organisme de formation pour une ou plusieurs de ces formations ? ».

Aussi, on observe que :

- Plus de la moitié des campings se sont abstenus.
- **Le niveau d'abstention croît à mesure que le CA diminue.** Les campings ayant un CA supérieur à 500K€ ont majoritairement mis en place des actions de formations en 2019 et 2020. Ils sont donc moins nombreux à s'abstenir.
- Aussi, les organismes de formation sont mieux identifiés par les gros campings. A contrario, ils le sont moins par les campings ayant un CA inférieur à 500K€ qui privilégient les formations informelles.

A noter que parmi les répondants à la question, 93% ont indiqué qu'ils avaient recours à des organismes de formation.

Besoins de formation prioritaires



Lecture : 19% des campings ont désigné la sécurité comme un besoin de formation prioritaire.

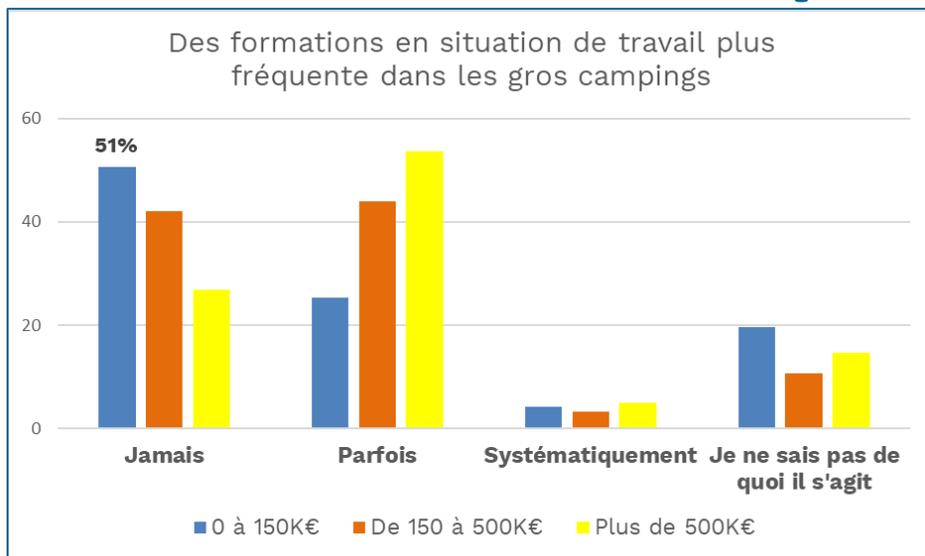
Si on analyse le graphique, on observe que :

- **La sécurité** (secourisme, incendie), **la maîtrise de langues étrangères et des techniques de maintenance** sont les besoins de formation les plus fréquemment mis en avant, à la fois pour les salariés permanents mais également les saisonniers.

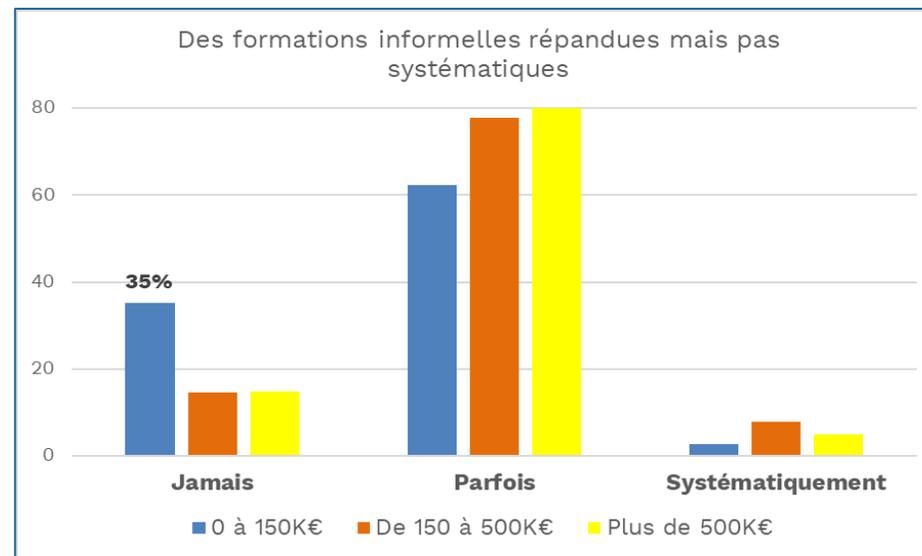
A noter que :

- Pour les salariés permanents, **la communication et le management** sont également des compétences sur lesquelles les besoins de formations sont considérés comme prioritaires.
- Pour les saisonniers, **la relation client et l'entretien** sont plus fréquemment cités.

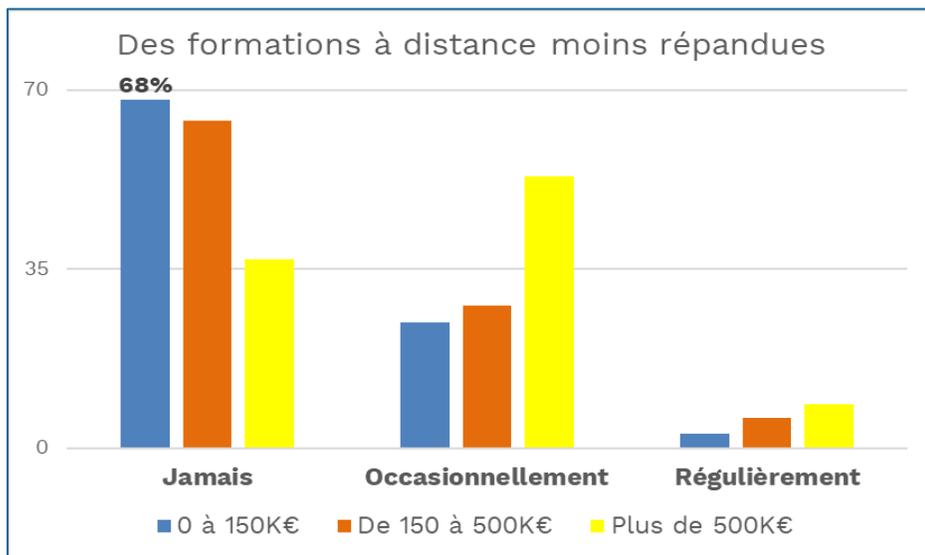
Des formations dépendantes du CA



Lecture : 51% des campings ayant un CA inférieur à 150K € n'ont jamais organisé de formation en situation de travail.



Lecture : 35% des campings ayant un CA inférieur à 150K € n'ont jamais organisé des formations informelles.

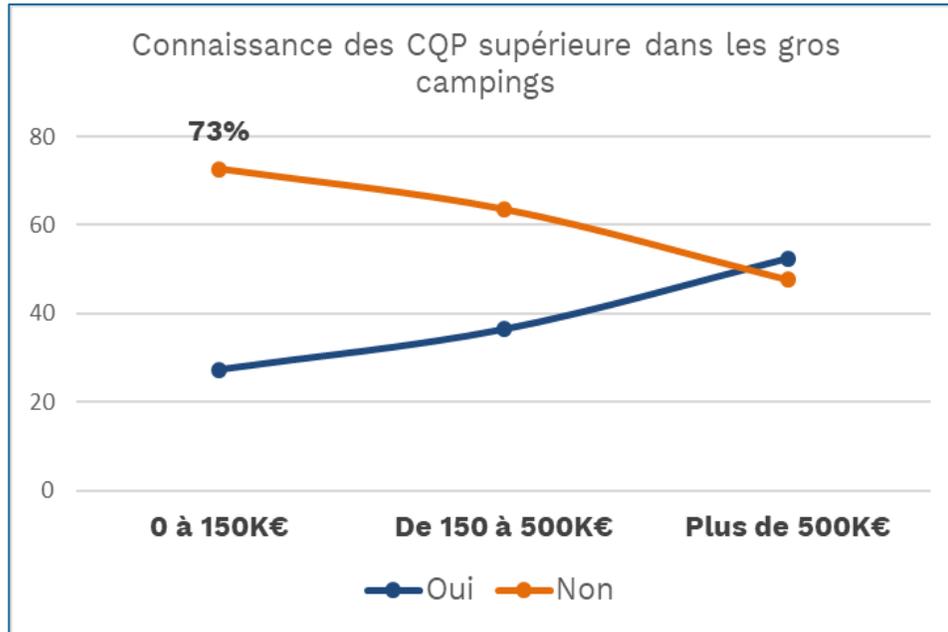


Si on analyse les graphiques, on observe que :

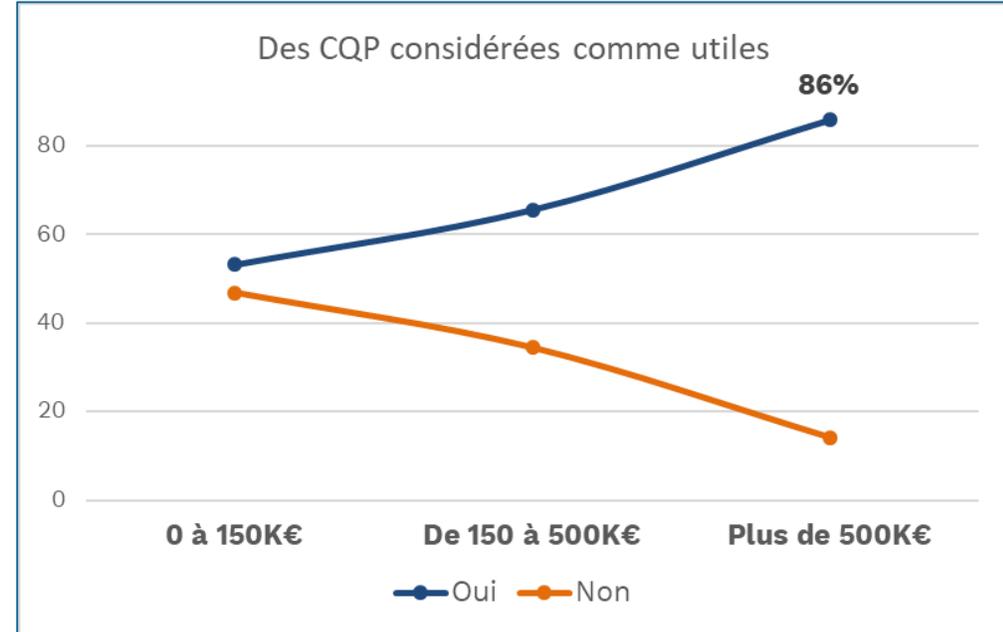
- Plus le CA d'un camping est élevé plus il met en place des formations en situation de travail, des formations informelles et à distance.
- Le type de formation le plus répandu est l'informel : $\frac{3}{4}$ des campings déclarent en avoir déjà organisées.
- Aucun camping n'a déclaré mettre en place systématique des formations à distance.

Lecture : 68% des campings ayant un CA inférieur à 150K € n'ont jamais mis en place de formations à distance.

CQP de l'HPA utiles mais trop peu identifiées



Lecture : 73% des campings ayant un CA inférieur à 150K € ne connaissent pas les CQP de l'HPA.



Lecture : 86% des campings ayant un CA supérieur à 500K € considèrent les CQP utiles pour leurs salariés.

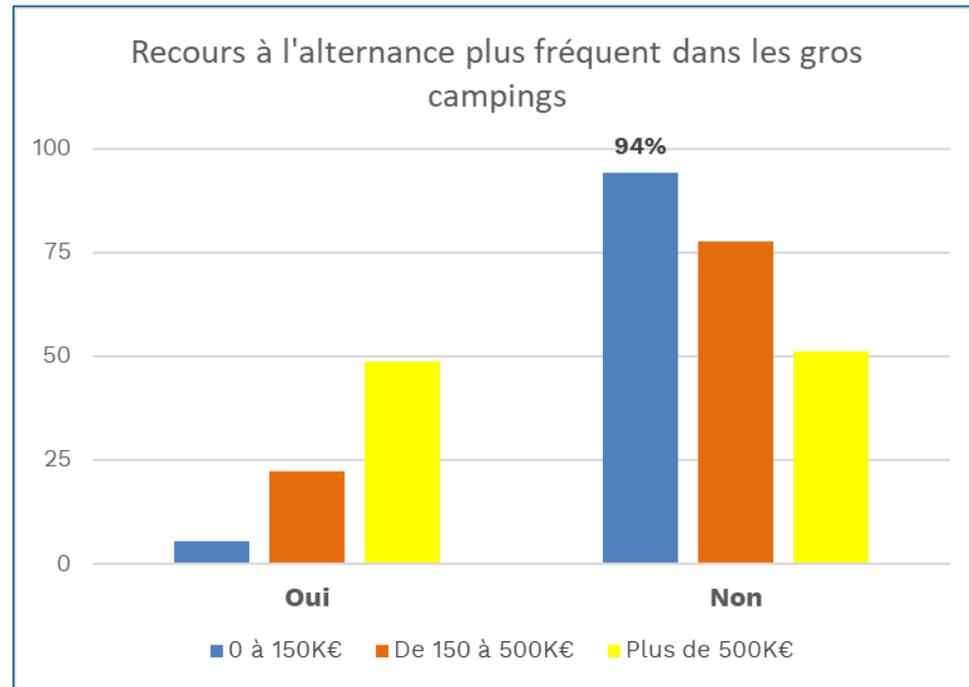
Si on analyse les graphiques, on observe que :

- **Plus de 6 campings sur 10 ne connaissent pas les CQP de l'HPA.**
- Plus un camping a un CA élevé, plus il connaît les CQP spécifiques à l'HPA.
- En moyenne, **près de 7 campings sur 10 considèrent que les CQP sont ou pourraient être utiles à leurs salariés.**
- Plus le CA d'un camping est élevé, plus il considère les CQP comme utiles pour ses salariés.

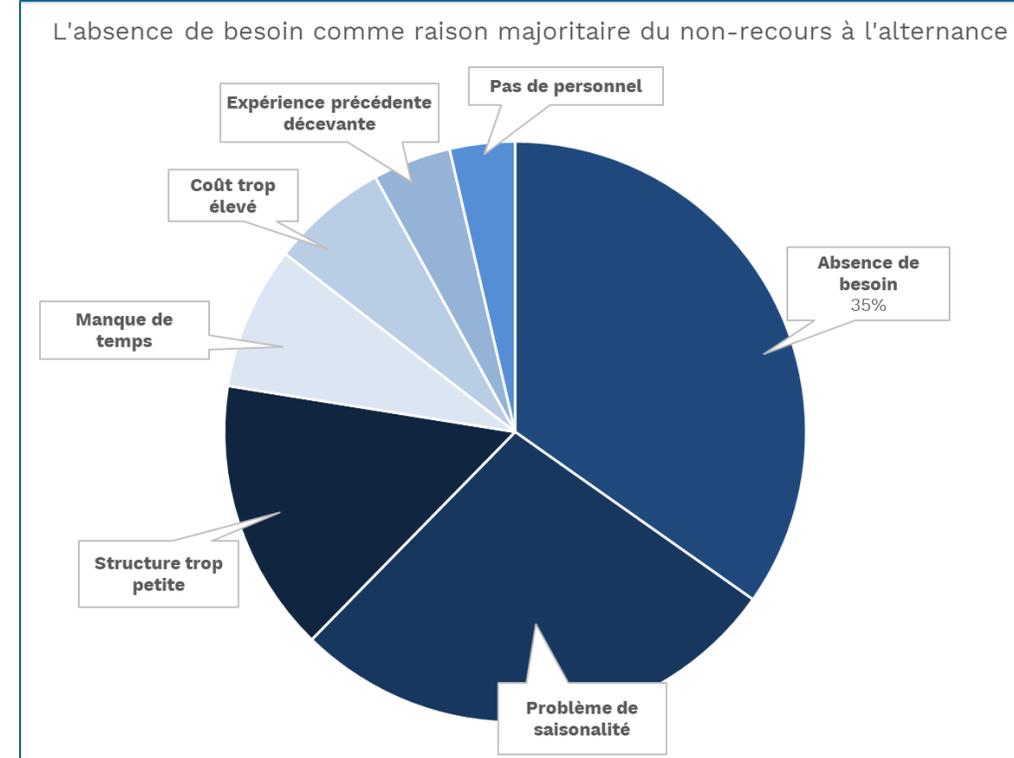
Parmi les raisons du non-recours au CQP mises en avant dans les verbatims, à noter :

- **L'absence de salariés permanents, des salariés déjà formés et la méconnaissance de l'outil.**

Recours à l'alternance peu développé



Lecture : 94% des campings ayant un CA inférieur à 150K€ n'ont jamais eu recours à l'alternance.



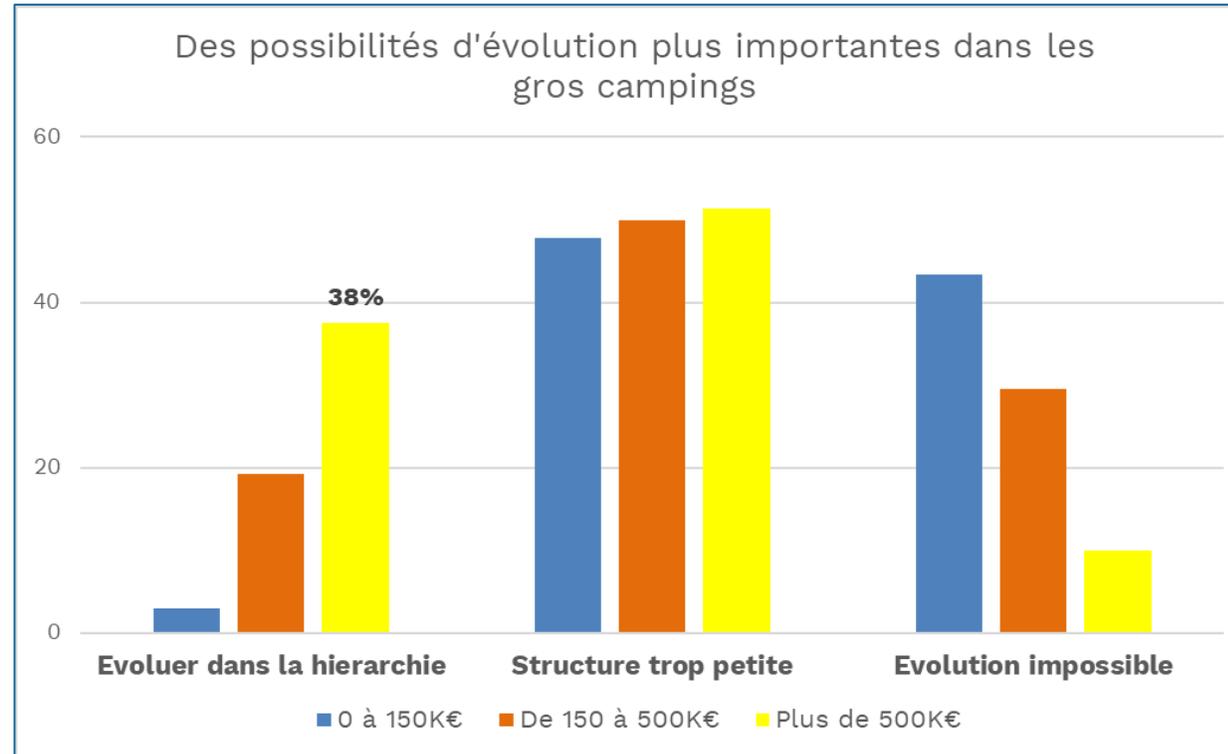
Si on analyse le graphique, on observe que :

- **¾ des campings n'ont jamais eu recours à l'alternance.**
- Plus un camping a un CA élevé, plus il a tendance à recourir à l'alternance.
- Parmi eux, 35% ont eu recours à l'alternance via l'apprentissage.
- A contrario, près de ¾ dans campings ayant un CA inférieur à 150K € n'ont pas eu recours à l'alternance et ne l'envisage pas.

Parmi les raisons du non-recours mises en avant dans les verbatims, à noter :

- **L'absence de besoin, les problèmes liés à la saisonnalité et la taille de la structure.**

Possibilités d'évolution des salariés limitées

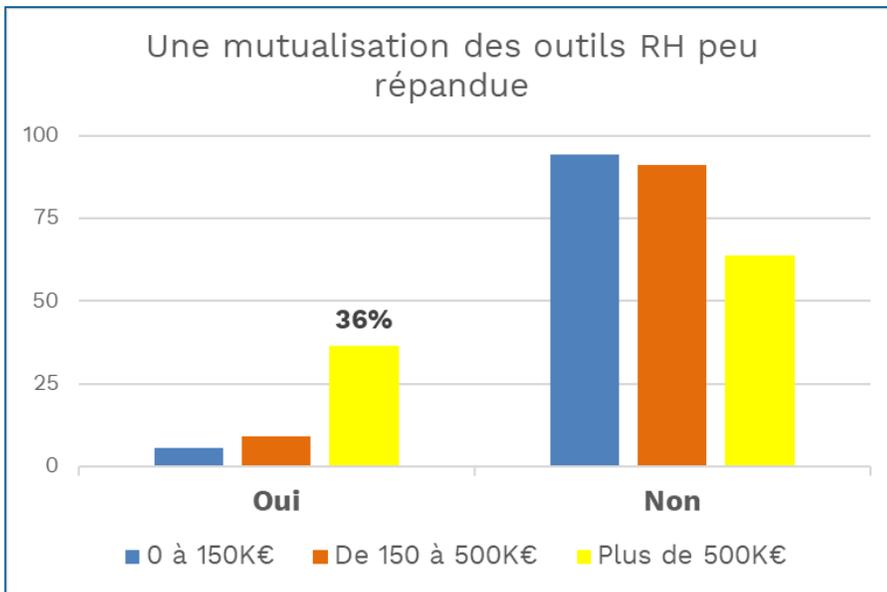


Lecture : 38% des campings ayant un CA supérieur à 500K € déclarent que leurs salariés peuvent évoluer dans la hiérarchie.

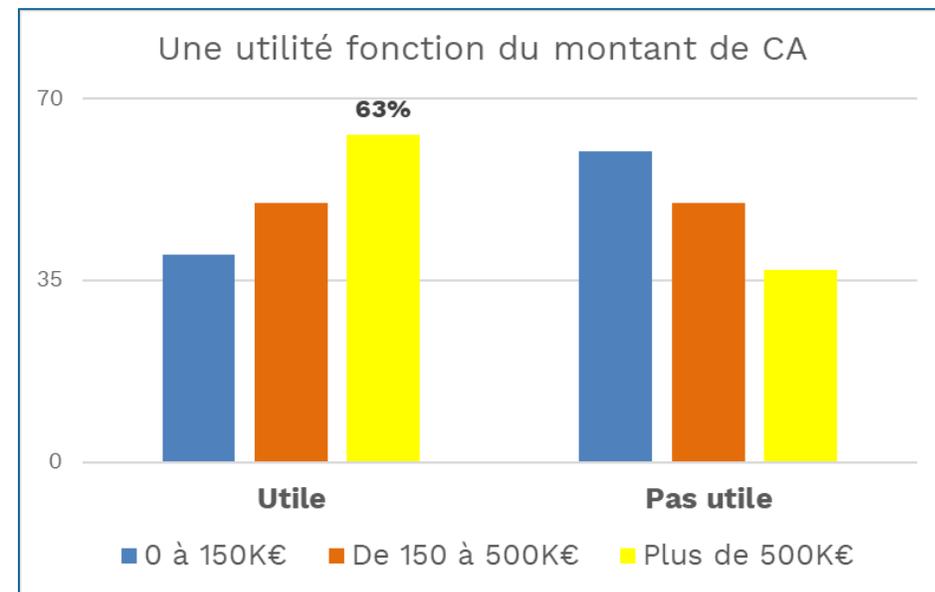
Si on analyse le graphique, on observe que :

- En moyenne, **la moitié des campings déclarent que leur structure est trop petite** pour fournir des possibilités d'évolution à leurs salariés.
- **Plus un établissement à un CA élevé, plus il est possible pour ses salariés d'évoluer dans la hiérarchie.**

Une mutualisation des outils RH peu développée



Lecture : 36% des campings ayant un CA supérieur à 500K € mutualisent leurs outils RH.

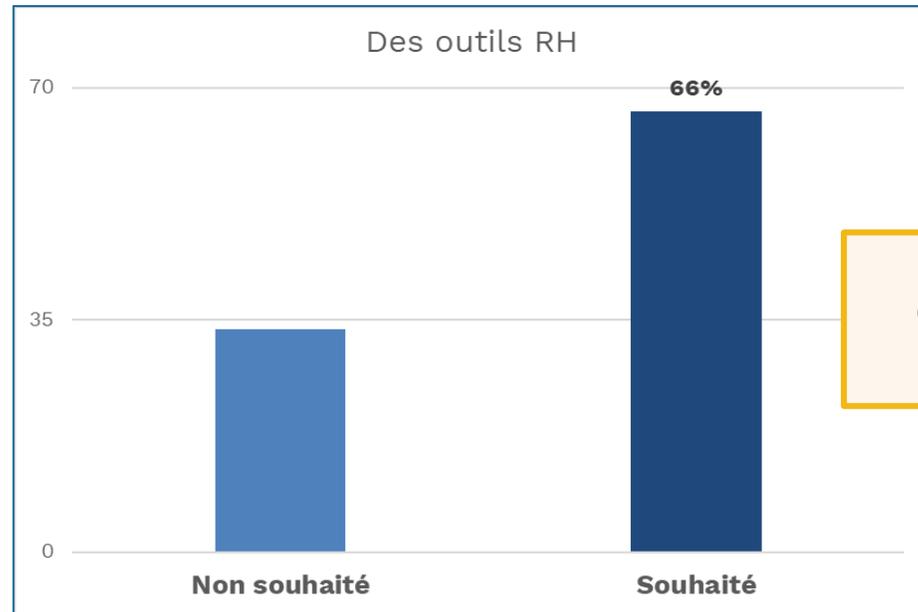


Lecture : 63% des campings ayant un CA supérieur à 500K € ne mutualisant pas leurs outils RH considèrent que cela pourrait être utile.

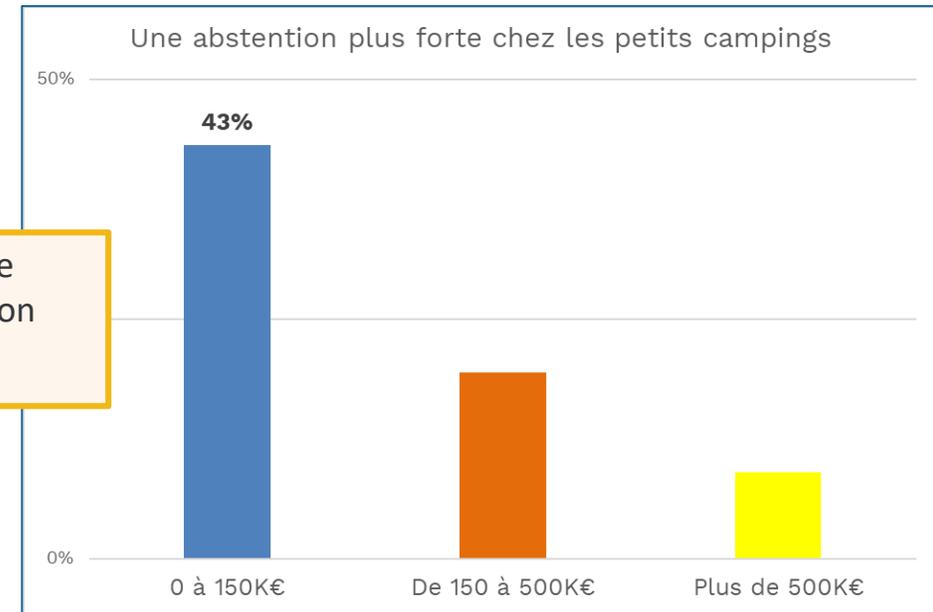
Si on observe les graphiques, on note que :

- En moyenne, **85% des campings ne mutualisent pas leurs outils RH avec d'autres campings**. Cette pratique est malgré tout plus courante dans les établissements ayant un CA supérieur à 500K € (groupe et franchise).
- Parmi les campings ne mutualisant aucun outils RH, ceux ayant un CA élevé considèrent plus fréquemment que cette pratique pourrait être pertinente.
- Parmi les outils les plus fréquemment mutualisés, on retrouve majoritairement l'aide au recrutement et l'aide à la gestion des questions de formation.

Outils RH souhaités 1/2



Lecture : 66% des campings sont intéressés par les outils de gestion RH proposés.



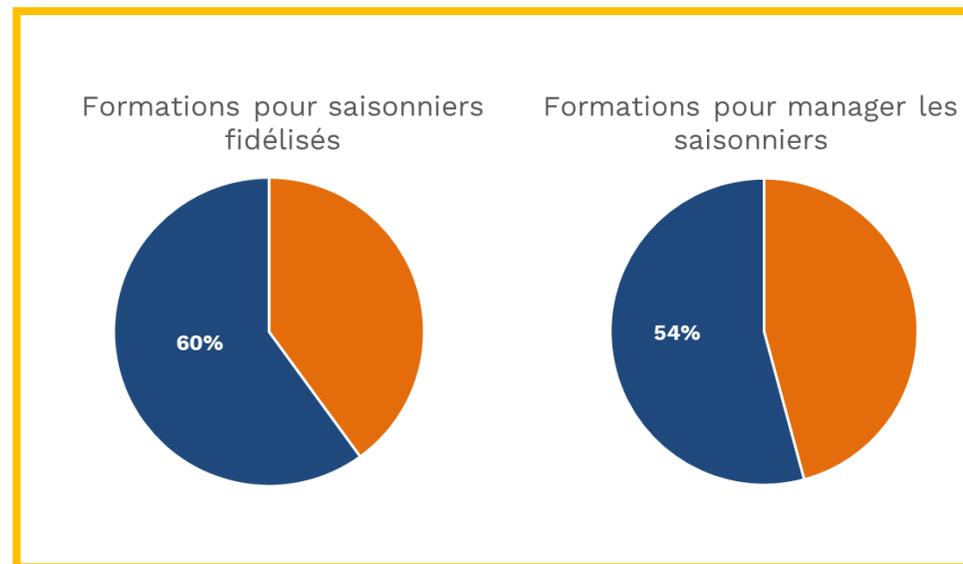
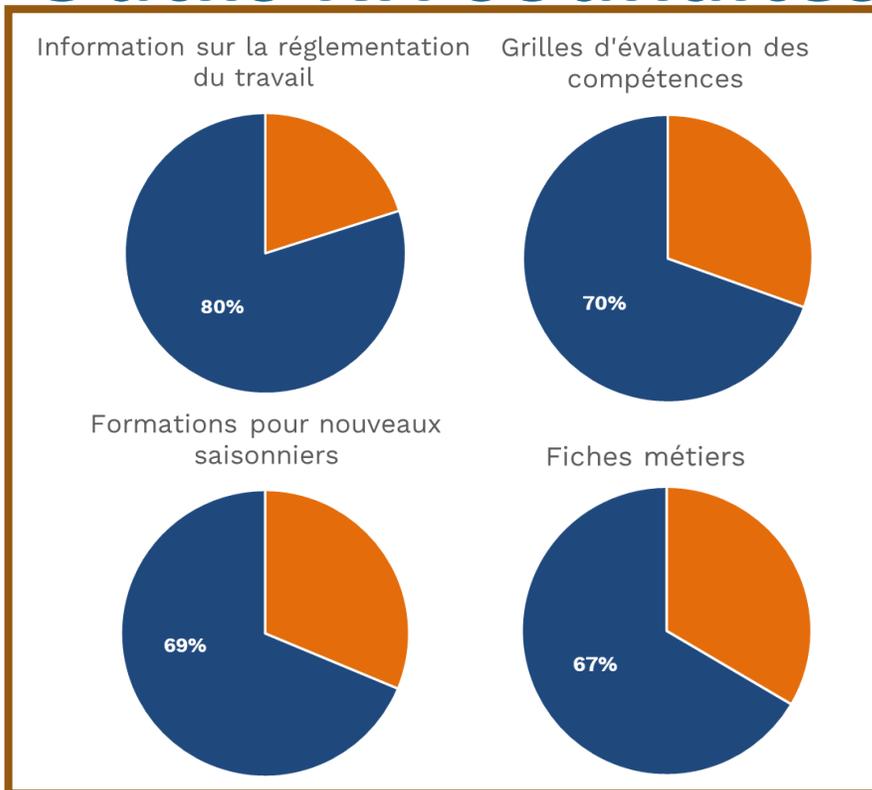
Lecture : En moyenne, 43% des campings ayant un CA inférieur à 150K € se sont abstenus sur ces questions.

Moyenne
d'abstention
24 %

Si on observe les graphiques, on remarque que :

- De manière générale, près de **7 campings sur 10 sont intéressés par les outils de gestion RH proposés** (fiches métiers, grille d'évaluation des compétences, formations spécifiques, informations sur la réglementation du travail).
- A noter toutefois que près d'un quart des campings se sont abstenus.
- Le taux d'abstention est corrélé au CA de l'établissement. Plus un camping a un CA faible, plus il a tendance à s'abstenir.

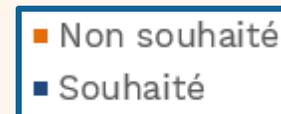
Outils RH souhaités 2/2



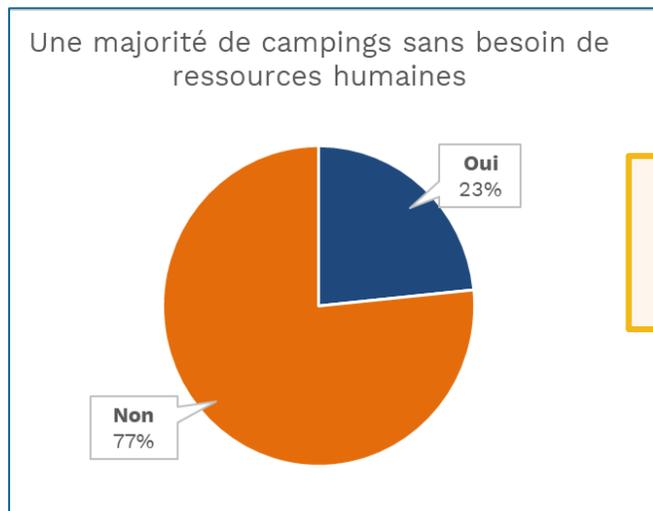
Lecture : 80% des campings souhaiteraient disposer d'informations sur la réglementation du travail de leur branche d'activité.

Si on analyse les graphiques, on observe que :

- De manière générale, la majorité des campings souhaitent disposer des outils de gestion de RH proposés.
- Environ 7 campings sur 10 souhaiteraient disposer d'informations concernant la règlementation du travail de leur branche, de grilles d'évaluation des compétences, de formations pour les nouveaux saisonniers et de fiches métiers.
- Plus de la moitié des établissements souhaiteraient disposer de formations qualifiantes pour les saisonniers fidélisés ainsi que de formations pour manager les saisonniers.

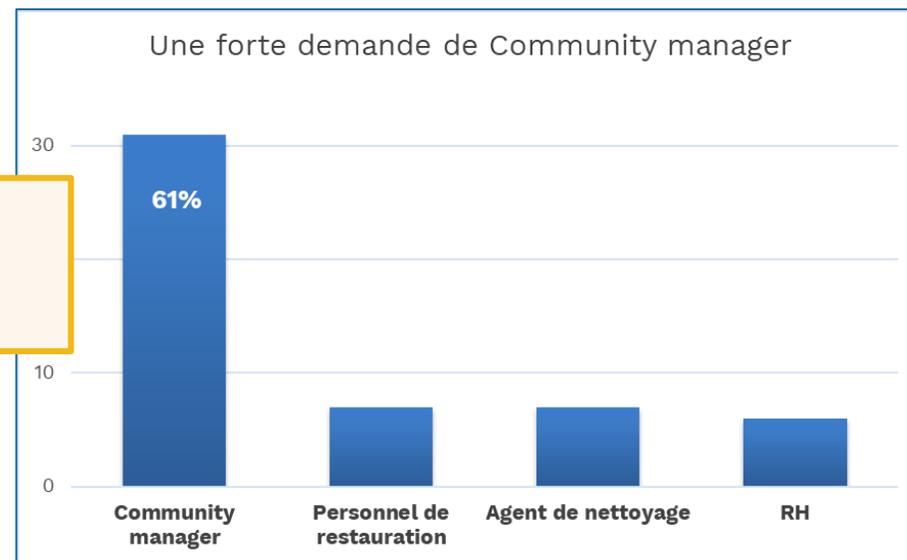


De nouveaux besoins en ressources humaines



Lecture : 77% des campings n'ont pas identifié de nouveaux besoins de ressources humaines.

Moyenne
d'abstention
81 %



Lecture : 61% des campings répondants auraient besoin d'un Community manager mais ne peuvent en recruter ni l'externaliser.

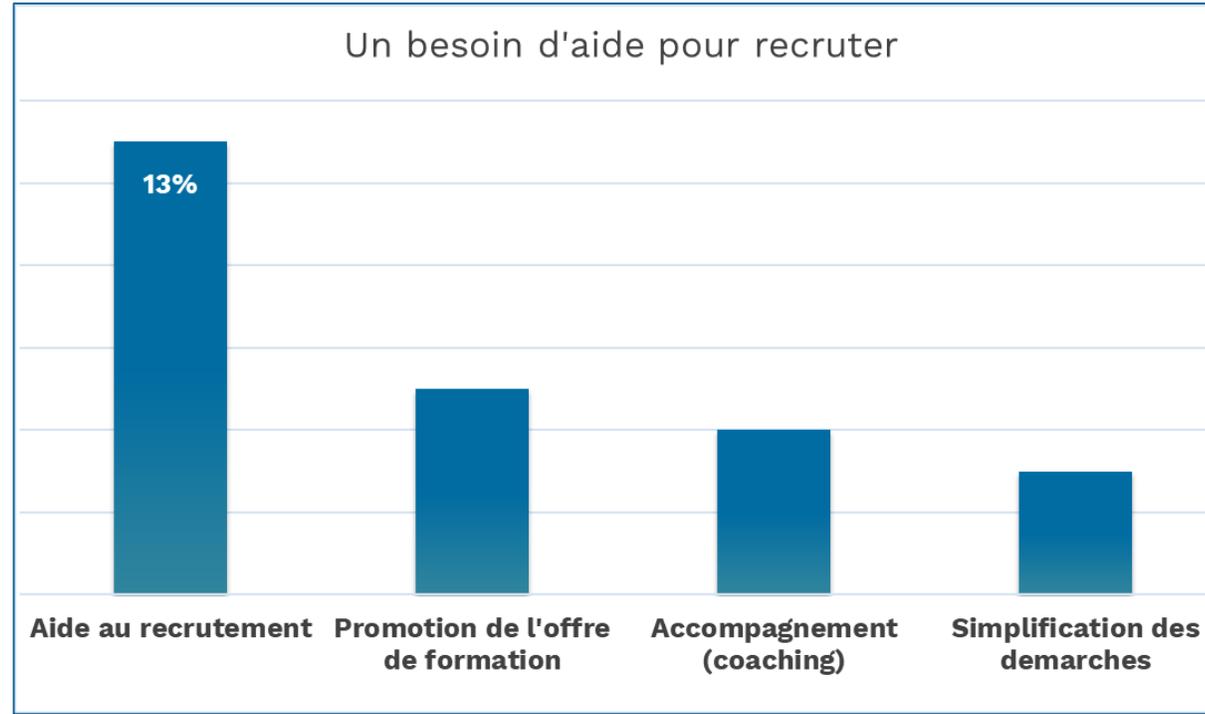
Si on analyse les graphiques, on observe que :

- Près de **8 campings sur 10 n'ont pas identifié de besoins en ressources humaines** qu'ils ne pouvaient pas satisfaire.
- Pour ceux en ayant identifié, ils citent en majorité les community managers, puis le personnel de la restauration, les agents de nettoyage et les employés de gestion des RH.

A noter que :

- **Plus le CA d'un camping est élevé, plus il fait état de besoin en RH qu'il ne peut pas satisfaire.**

Un Besoin d'accompagnement au recrutement et à la formation



Lecture : 13% des campings font état d'un besoin d'aide pour recruter.

Si on observe le graphique, on remarque que :

- Les campings font majoritairement état d'un besoin d'**aide au recrutement**.
- On l'a vu précédemment, beaucoup de campings déclarent avoir des difficultés de recrutement et emploient des méthodes basées sur les recommandations relationnelles pour recruter car ils n'ont pas accès ou ne sont pas ciblés par les outils traditionnels.

A noter que sur cette question, la majorité des campings ont évoqué les métiers sur lesquels ils avaient du mal à recruter ou pour lesquels ils considéraient qu'une formation spécifique était nécessaire.

Synthèse

Qualifications, compétences & formations

- de 150K€

- Effectifs salariés concentrés sur le cœur de métier
- 1 manager jamais formé au management
- Niveau de polyvalence attendu plutôt faible
- Aucun outil d'évaluation des salariés
- Evolution des compétences faible
- Actions de formations quasi-inexistantes sauf de type informel
- Pas de connaissance des CQP
- Pas de recours à l'alternance
- Evolution des salariés impossible

de 150 à 500K€

- Effectifs salariés moyennement concentrés
- 2 managers parfois formés
- Niveau de polyvalence attendu moyen
- Aucun outil d'évaluation des salariés
- Evolution des compétences moyenne
- Actions de formations moyennement répandues souvent de type informel ou en situation de travail
- Peu de connaissance des CQP
- Pas de recours à l'alternance
- Peu de possibilités d'évolution

+ de 500 K€

- Effectifs salariés dispersés et étendus aux métiers du loisir
- 4 managers souvent formés
- Niveau de polyvalence attendu plutôt fort
- Entretiens professionnels et/ou d'évaluation annuels
- Evolution des compétences fortes
- Actions de formation fréquentes souvent de type informel, en situation de travail et/ou à distance
- Connaissance des CQP
- Recours à l'alternance
- Possibilité d'évolution dans la hiérarchie

Synthèse globale

Ce qu'il faut retenir sur le recrutement

LES DONNEES CLES

- Malgré une majorité de travailleurs en CDI, le premier type de contrat proposé est le **CDD** permettant de gérer la saisonnalité de l'activité.
- Les gros campings concentrent la majorité des recrutements.
- Les salariés ont plus fréquemment un **diplôme correspondant à l'emploi qu'ils occupent dans les gros campings**. Les saisonniers ont rarement un diplôme correspondant à l'emploi qu'ils occupent.

DES DIFFICULTES DE RECRUTEMENT

- La majorité des campings témoignent de difficultés à recruter, dont principalement les gros campings ayant un besoin de main d'œuvre plus important.
- Deux types explications apportées par les répondants : l'absence de candidat par **manque d'attractivité du poste** et **l'absence de candidats ayant les compétences adaptées**.
- Pour recruter, les campings délaissent les outils institutionnels pour y préférer des **stratégies basées sur leurs propres réseaux relationnels**.

Ce qu'il faut retenir sur l'Emploi et les compétences

LES DONNEES CLES

- Les métiers du nettoyage et de l'accueil concentrent la majorité des effectifs.
- Plus un camping a un chiffre d'affaires élevé, plus sa masse salariale est dispersée entre différents postes.
- Plus le chiffre d'affaires d'un camping augmente plus il dispose de postes d'encadrement.

LES COMPETENCES ATTENDUES

- **Les campings exigent un niveau de polyvalence relativement fort**, particulièrement les gros campings, sur les métiers de l'accueil, de la maintenance, de l'entretien et du nettoyage.
- Les campings considèrent que les compétences nécessaires à l'exercice des métiers de la communication, de l'accueil, du management et de l'administratif ont fortement évolué.
- **La polyvalence** ainsi que la maîtrise de **langues étrangères** sont considérées comme des compétences clés à développer.
- La majorité des campings ne disposent pas d'outils d'évaluation des compétences de leurs salariés.

Ce qu'il faut retenir sur la formation et l'accompagnement

LES DONNEES CLES

- Les actions des formations sont principalement concentrées dans les campings ayant un chiffre d'affaires élevé.
- Les **Certificats de Qualification Professionnelle (CQP)** de la branche de l'HPA sont considérés comme utiles mais encore trop **peu identifiés**.
- Le **recours à l'alternance est freiné par la saisonnalité** de l'activité des campings.

LES DEMANDES DE FORMATION

- **Les besoins de formations prioritaires** : Sécurité, Langues, Maintenance.
 - Pour les salariés permanents : la communication et le management.
 - Pour les saisonniers : la relation client et l'entretien.
- Les outils RH sont peu mutualisés entre les campings malgré de réels **souhais concernant les informations sur la réglementation du travail, les grilles d'évaluation des compétences et les fiches métiers**.
- Les campings témoignent de **besoins d'aide au recrutement**.

Nos préconisations



Comment pallier aux problèmes de recrutement ?

- Lancer des **campagnes de recrutement** à l'approche du début de saison.
- Travailler avec le Pôle Emploi sur des fiches ROME distincte de l'Hôtellerie-Restauration classique, pour mieux comprendre les besoins de l'HPA et faciliter le recrutement notamment sur les polyvalences de profils
- Organiser des **Jobdatings** par territoire et créer un **Jobboard** sur les métiers de l'HPA.
- Se rapprocher des **écoles de formation de l'hôtellerie**.
- **Mieux communiquer** autour des métiers de l'HPA.
- Faire valoir que les campings sont devenus des destinations prisées voire luxueuses pour attirer des profils qualifiés de l'hôtellerie en valorisant les différences et les atouts de l'HPA.



Comment mieux former ?

- **Cibler l'offre de formation** sur les besoins prioritaires des campings.
- Développer des formations centrées sur l'acquisition d'un niveau de **polyvalence** important, suivant les évolutions des métiers.
- Développer des **formations en langue ou bilingue**.
- Construire et promouvoir des outils d'évaluation des salariés.



Comment accompagner les campings ?

- **Promouvoir les CQP et les formations disponibles.**
- Développer et **mutualiser** des outils RH : fiches métiers, fiches de postes, grille d'évaluation, infos sur réglementation du travail... et former les dirigeants à leur utilisation
- Centraliser ces différents outils et informations clés sur une plateforme partagée, avec tutos, webinaires, FAQ... pour leur bonne appréhension, le partage de pratiques et d'astuces
- Organiser des « **Learning expedition** » : échanger, apprendre et se former en visitant d'autres campings.
- Proposer des séances de co-développement aux directeurs/gérants de campings
- Développer des **modules d'alternance spécifiques à l'HPA** et avec un **calendrier adapté à la saisonnalité**



V O U S O U V R I R D E N O U V E A U X H O R I Z O N S

www.semaphores.fr