



Les fonds continuent de plébisciter l'hôtellerie de plein air

Au premier rang de l'offre d'hébergement touristique en France, ce segment a vu ses revenus progresser de 120% au cours des quinze dernières années.

En perte de vitesse jusque dans les années 1990, le marché de l'hôtellerie de plein air a depuis profondément évolué. L'image désuète du camping traditionnel est passée à la trappe pour laisser place à des concepts plus originaux et plus haut de gamme. Cela grâce à l'émergence de nouvelles solutions de logements tels que le mobile-home, mais aussi la mise en place de services toujours plus nombreux et l'installation d'infrastructures (piscines, etc.). Et la formule fonctionne. Depuis une quinzaine d'années, la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air a enregistré une progression du marché de 120 % ! « Ce succès n'est pas lié à la crise, mais bien à la transformation de l'offre. Les campings tendent de plus en plus à se transformer en véritables resorts », explique Eric Bismuth, président de **Montefiore Investment**. Comptant parmi les précurseurs de ce marché, le GP est actionnaire du loueur de mobile-homes Homair Vacances depuis près de dix ans. Un partenariat qui fut renforcé à l'occasion d'un p.i.p.e., en 2009, avant que **Montefiore** ne réduise sa participation, en 2014, lorsque Carlyle s'est invité au capital pour conduire le rapprochement d'Homair et du britannique Eurocamp. Force et faiblesse. Aux yeux des investisseurs, le secteur de l'hôtellerie de plein air revêt une multitude de qualités. « Outre la croissance intrinsèque du marché, celui-ci bénéficie d'une assez bonne prévisibilité des cash-flows. La variable climatique n'a d'impact que sur les campings traditionnels », note Eric Bismuth. En l'absence de mobile-homes, la composante météorologique accentue le risque lié à la saisonnalité de l'activité, si toutefois l'emplacement du site est effectivement recherché pour son climat ensoleillé. Mais le secteur a d'autres atouts dans sa poche. Il surferait également sur le souhait de plus en plus prononcé des touristes de renouer avec la nature, tout en profitant de la multiplication des plateformes de réservation en ligne. Un marché sur lequel chaque fonds a adopté son propre angle d'attaque. Pour son premier deal post-émancipation de Groupama PE, en 2013, Ekkio Capital avait ainsi investi dans la Compagnie des Vacances, une plateforme de réservation de séjours en camping. Un moyen de miser sur la croissance de ce marché, tout en prenant en compte l'aspect de plus en plus incontournable du Web dans les réservations de vacances. L'ex-Acto Capital n'en était cependant pas à son premier coup d'essai dans l'hôtellerie de plein air. En 2002, il avait investi dans la Compagnie Internationale André Trigano. Plus récemment, Stirling Square Capital Partners a investi dans Siblu. Pour près de 200 M euros, le fonds britannique a repris l'an dernier à Bridgepoint Development Capital (qui avait hérité de la participation initiale d'Hermès Private Equity) le contrôle de cet exploitant de mobile-homes, qui se situe à mi-chemin entre l'hébergement touristique et le métier de promoteur immobilier. Siblu est en effet l'un des principaux acteurs de la vente de mobile-homes. Enfin, dans l'exploitation de campings, Permira a repris à 21 Centrale Partners le contrôle de Vacalians, en 2015. Au cours des dernières années, le groupe a connu une croissance rapide grâce à la mise en place d'outils comme le yield management, couplée à une politique de croissance externe volontariste. Né en 2012 du rapprochement de Vacances Directes et de Village Center, il a notamment repris l'opérateur de mobile-homes écossais Canvas Holidays et les activités italiennes de CIAT. Au cours des cinq dernières années, son chiffre d'affaires a ainsi été doublé, pour atteindre 136 M euros (dont 7% provenant des sites naturistes). Et tout laisse à croire que l'appétit des fonds pour ce secteur ne disparaîtra pas du jour au lendemain, même si certains commencent à souligner la cherté des actifs dans un cadre d'épuisement des relais de croissance. En cela, la vente de la chaîne de campings Sandaya servira d'indicateur intéressant. Confiée à Natixis Partners et à Wil Consulting, elle permettra à Pragma Capital de se désengager de l'entreprise, après l'avoir soutenue depuis 2011. Selon certaines indiscretions, la valorisation recherchée avoisinerait les 150 M euros.