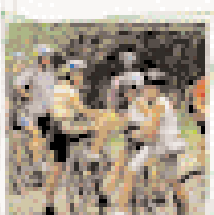
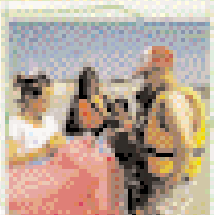
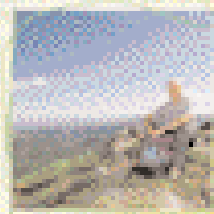


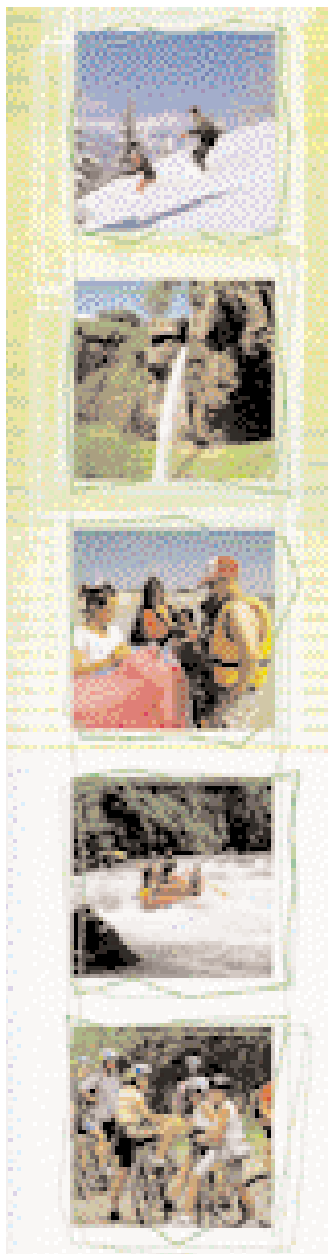
# Etude calendrier

**Etude sur l'impact économique des variations  
du calendrier des vacances scolaires**



Union nationale des associations de tourisme et de plein air





### **Etude**

Etude réalisée par  
**Jean Philippe Yiala**,  
étudiant en Maîtrise  
d'Economie d'Entreprise,  
Université des Sciences et  
Technologies de Lille et  
**Armelle Demeure**,  
UNAT  
sous la direction de  
**Pierre Combes**,  
Président du TAC (Tourisme  
Action Concertation)

# sommaire

## **Présentation de l'UNAT et méthodologie**

## **Associations du TAC et prévisions pour 2004**

Analyse générale de l'activité

Analyse de l'activité pour les semaines d'été

Prévisions pour l'été 2004

## **Impact économique de la réduction d'une semaine en été**

Ancienne et nouvelle composition du calendrier de vacances scolaires

Le scénario le plus pessimiste

Le scénario le moins dramatique

## **Généralisation pour l'UNAT**

# Présentation de l'UNAT



L'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (UNAT) a été créée en 1920 sur l'initiative de l'Automobile club de France, du Club alpin français et du Touring-club de France. Elle regroupe les principales associations et mutuelles françaises de tourisme, dans le domaine du tourisme familial, des vacances de jeunes et d'enfants, des vacances sportives et de plein air et des voyages.

L'UNAT est présente dans les vingt-deux régions de France métropolitaine, en Guadeloupe et en Martinique. Elle représente aussi le secteur du tourisme associatif auprès des pouvoirs publics et partenaires sociaux, avec la double volonté que le tourisme associatif soit bien pris en compte dans la politique touristique de l'Etat, et que par ailleurs, il contribue activement au développement d'une politique sociale du tourisme et des vacances.

## L'UNAT en chiffres pour l'année 2003

### L'activité

**Chiffre d'affaires :**

1 367 000 000€

**Journées vacances :** 38 210 000

**Nombre de personnes**

**accueillies :** 5 710 000

**Nombre de lits :** 242 150

### Les hébergements

**Hébergements tous types**

**confondus : 1 518**

**Villages et maisons familiales**

**de vacances : 673**

**Auberges et centres d'accueil**

**de jeunes : 219**

**Centres sportifs : 120**

**Refuges et chalets : 139**

**Centres de vacances : 171**

**Autres : 196**

### Les implantations

**Littoral : 403 littoral**

**Moyenne montagne : 212**

**Montagne : 446**

**Campagne : 389**

**Ville : 67**

### Les salariés

**Permanents : 12 000**

**Saisonniers : 60 000**

## L'objectif de cette étude

Le tourisme d'été, très important dans l'économie du territoire national, c'est à dire dans le développement local et dans l'aménagement du territoire, concentre le maximum de vacanciers sur cette très courte période.

Le nouveau calendrier de vacances scolaires (2004-2007) est très défavorable pour le tourisme d'été. En effet, celui-ci ne comporte que 8 semaines pleines en été pour les acteurs du tourisme alors que ceux-ci disposaient de 9 semaines pleines les années précédentes.

Le but de cette étude, initiée par l'UNAT au début de l'année 2004, est donc de démontrer l'impact économique représenté par une semaine de vacances d'été et de mettre en relief les risques représentés par l'amputation du chiffre d'affaires de la Haute Saison pour les gestionnaires et pour l'environnement (retombées sur le commerce local).

## Méthodologie

Pour avoir une idée sur l'impact économique que causera cette amputation d'une semaine pleine en été, nous avons pris pour échantillon les principaux organismes de Tourisme Familial, membres du TAC (Tourisme Action Concertation). Ces associations, au nombre de huit, sont les plus importantes de l'UNAT.

Avec la participation des services financiers et statistiques de chaque organisme nous avons pu constituer une base de données qui nous a servi à réaliser nos prévisions.

Toute la partie statistique a été effectuée à l'aide du logiciel statistique SAS.

# Les Associations du TAC

## et les prévisions pour l'année 2004



### Le TAC en chiffres pour l'année 2002

**Chiffre d'affaires :**  
331 113 000€  
**Journées vacances :** 9 977 783  
**Nombre de personnes accueillies :** 1 254 630  
**Nombre de lits :** 91 291  
**Emplois équivalent temps plein :** 4 528

L'UNAT réunit à la fois des Organismes centralisés et des Fédérations d'Associations. Les associations centralisées de l'UNAT se sont regroupées au sein du TAC en vue d'analyser annuellement le poids économique qu'elles représentent. Celles-ci sont au nombre de huit et sont les suivantes :

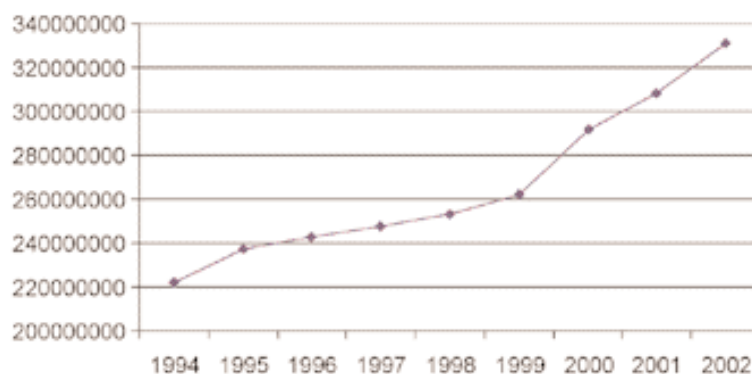
• RENOUEAU • VAL • VACANCES BLEUES • VACANCIEL • VILLAGES CLUB DU SOLEIL • VTF "L'Esprit Vacances" • VVF Vacances • VVF Villages

### Analyse générale de l'activité

Ces huit organismes centralisés qui ont participé à l'étude représentent environ 40% des lits fédérés par l'UNAT. L'analyse des bilans comptables de ces huit associations nous permet d'avoir une idée du poids économique que représente le TAC.

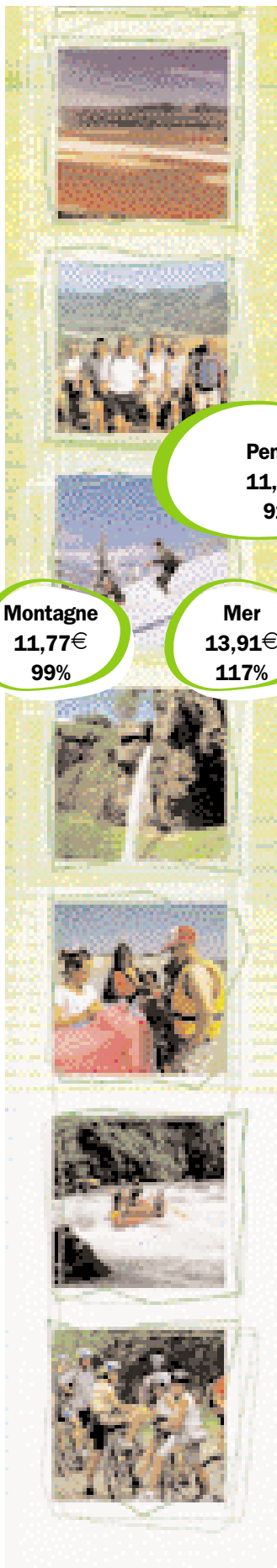
Les graphiques suivant retracent les évolutions annuelles du chiffre d'affaire et des journées vacances de l'ensemble des associations du TAC.

**Evolution du chiffre d'affaires des membres du TAC (en euros)**



**Evolution du nombre de journées vacances des membres du TAC**





## Les retombées économiques

Selon des estimations basées sur l'étude AFIT - Direction du Tourisme (lot 3 - Somival) 1998-1999 pour les retombées économiques exprimées en euros et sur des ratios INSEE, on évalue les retombées économiques du TAC à environ 40 % du Chiffre d'affaires.

Ainsi en 2002, l'activité du TAC a généré 132 445 200€ de retombées économiques dans les pays d'accueil.

**Dépenses par jour  
et par personne**  
**13,06€**

**Pension**  
**11,89€**  
**91%**

**Location**  
**14,11€**  
**108%**

**Montagne**  
**11,77€**  
**99%**

**Mer**  
**13,91€**  
**117%**

**Campagne**  
**11,18€**  
**94%**

**Montagne**  
**13,97€**  
**99%**

**Mer**  
**16,37€**  
**116%**

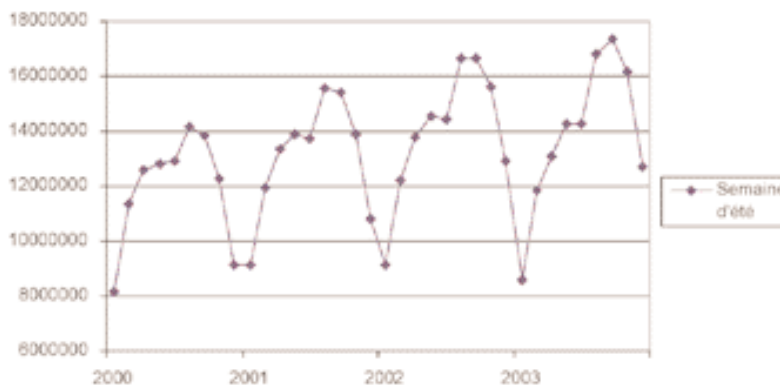
**Campagne**  
**13,26€**  
**94%**

## Analyse de l'activité pour les semaines d'été

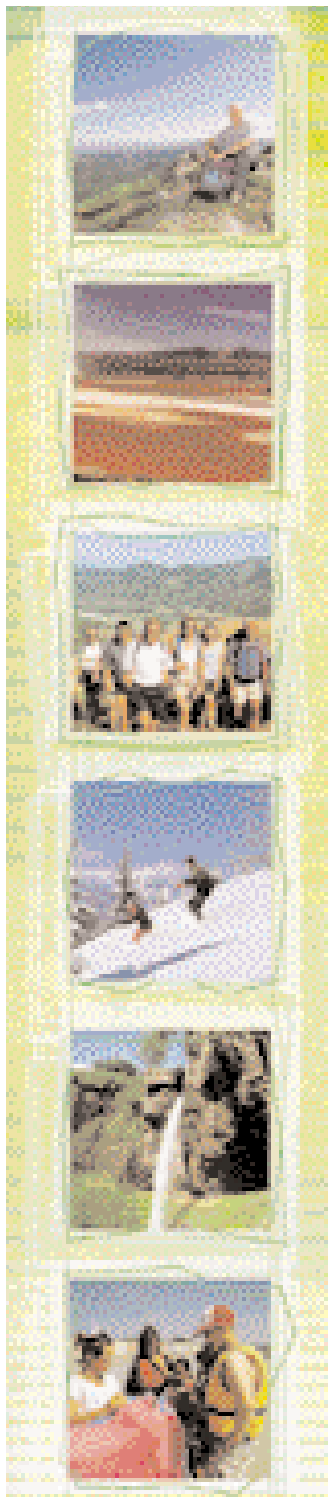
Les éléments fournis nous permettent aussi de voir comment a évolué l'activité du TAC pendant la période estivale, période pendant laquelle elle réalise la part la plus importante de son chiffre d'affaires annuel. C'est pendant ces 9 semaines de vacances scolaires que les prix proposés aux publics sont les plus élevés et que la rentabilité des associations est la plus grande.

Le graphique ci-dessous nous donne le Chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des villages de vacances du TAC, pour les vacances scolaires d'été de l'année 2000 à 2003.

**Evolution CA par semaine d'été de 2000 à 2003**



Chaque cycle représente la période des vacances scolaires d'été ; celle-ci se situe en général entre fin juin et début septembre. On peut voir ainsi qu'en 2003, les associations du TAC ont réalisé un chiffre d'affaire de 17 362 881€ pendant la septième semaine d'été.



### En conclusion

Si la conjoncture restait la même pour l'été 2004, c'est à dire avec la même fréquentation que celle de l'été 2003, les 9 semaines pleines de vacances d'été... nous pouvons prévoir que le TAC réaliserait un Chiffre d'affaires qui avoisinerait 132 054 296€ en été.

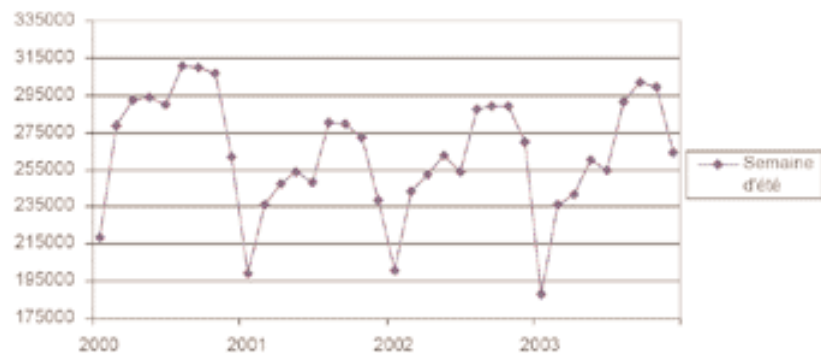
Une comparaison entre le chiffre d'affaire réalisé pendant la période des vacances scolaires d'été et celui obtenu en fin d'exercice comptable nous montre l'importance de l'été pour les acteurs du tourisme.

Année	CA annuel	CA Eté	Rapport
2000	291 886 206	107 228 451	0,367
2001	308 599 000	117 765 139	0,382
2002	331 113 000	125 976 588	0,380
2003	329 937 324	125 107 475	0,379

En moyenne, le chiffre d'affaire réalisé pendant la période des vacances scolaires d'été représente 37,7 % du chiffre d'affaire annuel, mais il se monte à 51,9% pour l'Association VAL par exemple.

Le graphique ci-dessous nous montre l'évolution de la fréquentation des villages pendant les vacances scolaires d'été. Le TAC a en moyenne 2,3 millions de journées vacances lors de cette période.

#### Evolution des journées vacances du TAC pour vacances scolaires été



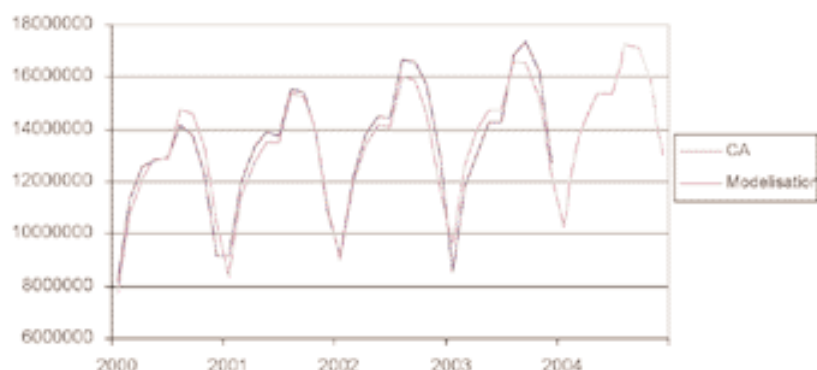
Avec le chiffre d'affaires et le nombre de journées vacances, on peut avoir une idée du prix moyen que représente une journée vacances en été.

Été	Prix moyen	Evolution prix moyen/an %
2001	52,22	-
2002	53,62	2,68
2003	53,51	- 0,21

### Prévisions pour l'été 2004

A partir de la base de données établie pour les années antérieures, une modélisation statistique a été effectuée pour pouvoir approcher au mieux les données et établir ainsi des prévisions. Le calendrier de vacances scolaires donnait jusqu'alors 9 semaines pleines d'été aux acteurs du tourisme. Et les prévisions qui ont été effectuées pour les semaines d'été 2004 sont celles qui nous montrent ce qui aurait dû probablement se passer si les membres du TAC avaient eu 9 semaines pleines de vacance d'été.

#### Evolution du CA été et prévisions pour l'été 2004



# Impact économique

## de la réduction d'une semaine en été

### Ancienne et nouvelle composition du calendrier des vacances

Année	Nbre de jours	Nbre de jours perdus	Semaine pleines	Nbre de jours à perdre	Début des vacances	Fin des vacances
1999	66	3	9	0	30/06/1999	6/09/1999
2000	66	0	9	3	1/07/2000	7/09/2000
2001	67	4	9	3	27/06/2001	6/09/2001
2002	65	0	9	2	29/06/2002	3/09/2002
2003	63	0	9	1	28/06/2003	1/09/2003
2004	62	3	8	3	30/06/2004	1/09/2004
2005	60	0	8	4	2/07/2005	1/09/2005
2006	60	4	8	0	4/07/2006	1/09/2006
2007	59	3	8	0	4/07/2007	2/09/2007

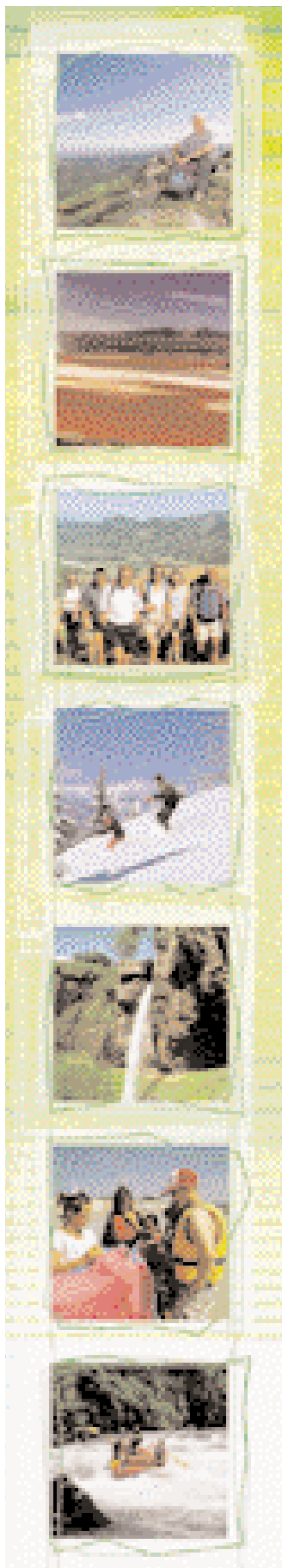
De 1999 à 2003 le calendrier de vacances scolaires permettait aux associations de tourisme d'obtenir au moins **9 semaines pleines** pendant la période estivale. Le nombre de jours au total tournait toujours autour de **65 jours**. Ce calendrier des vacances scolaires permettait aux acteurs du tourisme de combler tout juste la totalité de leurs charges ou même était parfois insuffisant comme ce fut le cas par exemple, pour l'association VAL de 2000 à 2002.

Pour les années **2004 à 2007** le nouveau calendrier publié par le Ministère de l'Education Nationale leur est très défavorable. En effet, **le nombre de jours de vacances diminue** (on passe de 63 jours en 2003 à 59 jours en 2007), et surtout on ne dispose pendant quatre années que de **8 semaines pleines**. En dehors des Sites de Haute Montagne, tous les acteurs du tourisme réalisent leur plus gros chiffre d'affaires sur les mois de juillet et août. Avec 9 semaines pleines en été, ils arrivent tout juste à générer un chiffre d'affaire suffisant pour couvrir l'ensemble de leurs charges, on peut donc se demander qu'elle peut être la conséquence économique de cette nouvelle composition du calendrier de vacances scolaires. A coup sûr il y aura des fermetures des sites les plus fragiles et ce sont souvent ceux qui sont les plus précieux en termes d'emploi, en ZRR par exemple.

Le plus important à prendre en compte dans la composition du calendrier de vacances scolaires n'est pas le nombre de jours perdus au total, mais le nombre de semaines pleines que l'Etat attribue aux acteurs du tourisme. Le nombre de semaines pleines est conditionné par le jour de la semaine où commencent et prennent fin les vacances scolaires.

Les acteurs du tourisme vendent en général des semaines de vacances allant du Samedi au Samedi, et quand le gouvernement décide que les vacances débuteront en pleine semaine (c'est-à-dire un mercredi ou un jeudi par exemple), ceux-ci ont du mal à vendre une partie de semaine et cela se répercute sur la totalité du chiffre d'affaires.





## Scénario 1 : le plus pessimiste

Dans ce scénario, on s'est servi de la modélisation effectuée sur le chiffre d'affaire pour avoir une idée de ce qui aurait dû se passer pendant les semaines de vacances scolaires d'été 2004. Celui-ci nous donne une estimation du chiffre d'affaires qui aurait été probablement réalisé si la conjoncture économique était similaire aux années précédentes et que nous ayons gardé toujours 9 semaines pleines de vacances d'été.

Les prévisions effectuées sont les suivantes :

Été 2004	CA prévisionnel
Semaine 1	10 266 800
Semaine 2	13 276 330
Semaine 3	14 625 499
Semaine 4	15 388 033
Semaine 5	15 368 931
Semaine 6	17 249 664
Semaine 7	17 142 341
Semaine 8	15 847 309
Semaine 9	12 889 390
<b>Total</b>	<b>132 054 296</b>

Etant donné que l'on n'aura que 8 semaines pleines cet été, on veut connaître l'impact que cela causera si on retirait des prévisions la semaine d'été qui rapporte le moins, en l'occurrence il s'agit ici de la semaine 1.

Ainsi avec le CA de la semaine 1 en moins on obtient un CA prévisionnel pour l'été 2004 de 121 787 497€ au lieu de 132 054 296€, soit une baisse de 7,7%.

Les ratios établis par une précédente enquête nous informent que les retombées économiques équivalent à près de 40% du CA réalisé, ainsi dans ce cas de figure nous obtenons un manque à gagner en retombées économiques d'environ 4 106 720€.

Des prévisions similaires à celle du Chiffre d'affaires d'été ont été aussi réalisées pour les journées vacances et l'on obtient les résultats suivants :

Été 2004	CA prévisionnel
Semaine 1	207 632
Semaine 2	252 944
Semaine 3	260 134
Semaine 4	273 678
Semaine 5	266 821
Semaine 6	299 281
Semaine 7	302 247
Semaine 8	298 358
Semaine 9	268 473
<b>Total</b>	<b>2 429 569</b>

Le nombre de journées vacances prévisionnel pour l'été 2004 s'élève à 2 429 569. En appliquant un raisonnement analogue au précédent, on retire aussi le nombre de journées vacances prévues pour la semaine 1, ce qui porte à un total de 2 221 937 Journées Vacances (- 8,6%).



### En conclusion

Le chiffre d'affaires annuel 2004 estimé pour le TAC, avec 9 semaines pleines en été, est de 350 090 923€.

Avec ce scénario, c'est à dire en retirant la valeur du CA de la première semaine pleine en été sur le CA annuel, on obtient un chiffre d'affaires annuel de 339 824 123€, soit une baisse d'environ 2,9%.

Avec ces hypothèses on peut estimer le niveau du prix moyen d'une journée vacances.

CA prévisionnel	JV prévisionnel	Prix moyen
132 054 296	2 429 569	54,35
CA prévisionnel S1	JV prévisionnel S1	Prix moyen
121 787 497	2 221 937	54,81

*Prix moyen = (chiffre d'affaires/nombre de journées vacances) - S1 = semaine 1*

Avec 8 semaines pleines nous obtenons un prix moyen par journée vacances de 54,81€, un CA de 121 787 497€ pour 2 221 937 journées vacances.

Les prévisions avec 9 semaines pleines nous donnent un CA de 132 054 296€. Si on veut avoir le même CA prévu avec 9 semaines pleines pour 2 221 937 journées vacances, il faut que le prix moyen d'une journée vacances soit égal à 59,43€ (= 132 054 296/2 221 937).

Donc si les associations du TAC ne veulent pas sentir l'effet de cette amputation d'une semaine pleine en été, **il faut qu'elles augmentent leur prix moyen de 8,4% pendant la période de vacances scolaires d'été et ce d'une année à l'autre.**

Une telle hausse des prix d'une saison à l'autre est très risquée, voire pas acceptable du tout par le marché. Une hausse des prix largement supérieure à celle de l'inflation a de fortes chances de ne pas être admissible par la clientèle. Ainsi elle peut engendrer une perte de clientèle encore plus importante que celle qui a été prévue, affectant ainsi de plus bel le chiffre d'affaire.

**Cette hausse risque de priver de vacance les ménages qui ont des revenus limités, ce qui va complètement à l'opposé des objectifs principaux du tourisme associatif.**

#### Répercussions de cette réduction sur les résultats annuels :

Toute variation du CA de la saison d'été aura évidemment un impact direct sur le résultat annuel (vu que les charges ne diminueront pas pour autant).

Comme défini dans l'analyse de l'activité de cette étude, le rapport entre le chiffre d'affaire été et le chiffre d'affaire annuel est en moyenne égal à 0,377. Ainsi avec le chiffre d'affaire d'été on peut estimer approximativement celui que l'on obtiendra pour l'année entière.



## Scénario 2 : le moins dramatique

Dans ce scénario, nous avons voulu atténuer encore plus les effets du calendrier en supposant que les politiques commerciales des associations arrivent à récupérer 30% du chiffre d'affaires escompté sur la semaine 1 de l'été 2004. Cette hypothèse nous conduit aux résultats suivants :

Eté 2004	CA prévisionnel	jour. vacances prévisionnel
Semaine 1	3 080 040	62 290
Semaine 2	13 276 330	252 944
Semaine 3	14 625 499	260 134
Semaine 4	15 388 033	273 678
Semaine 5	15 368 931	266 821
Semaine 6	17 249 664	299 281
Semaine 7	17 142 341	302 247
Semaine 8	15 847 309	298 358
Semaine 9	12 889 390	268 473
<b>Total</b>	<b>124 867 537</b>	<b>2 284 227</b>

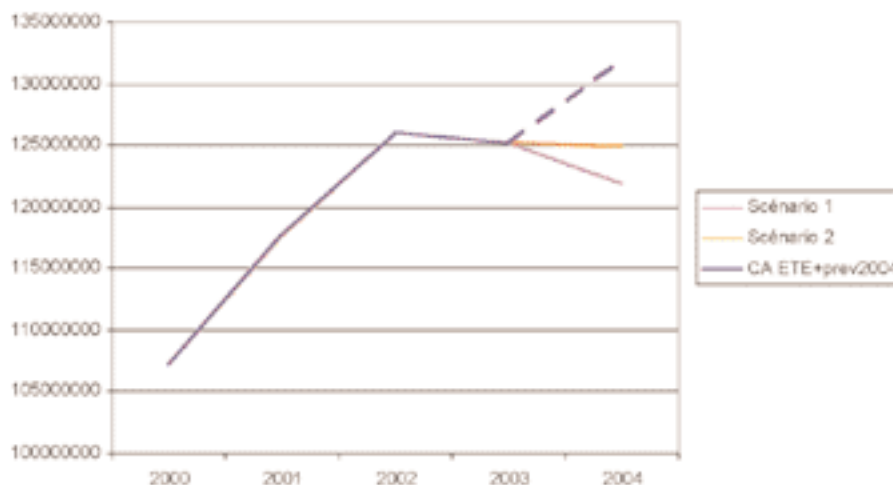
### Evolution du prix moyen Eté 2004 :

CA prévisionnel	JV prévisionnel	Prix moyen
132 054 296	2 429 569	54,35
CA prévisionnel S1	JV prévisionnel S1	Prix moyen
124 867 537	2 284 227	54,67

S1 = semaine 1

Dans ce cas de figure, il faudrait que le prix moyen soit égal à 57,81€ (= 132 054 296 / 2 284 227), soit une augmentation des tarifs moyens d'environ 5,8 %, pour obtenir le CA que les associations auraient eu si elles avaient 9 semaines pleines de vacances d'été. Certes cette augmentation est moindre que celle estimée dans le scénario précédent, mais elle est tout de même impossible à répercuter d'une année sur l'autre.

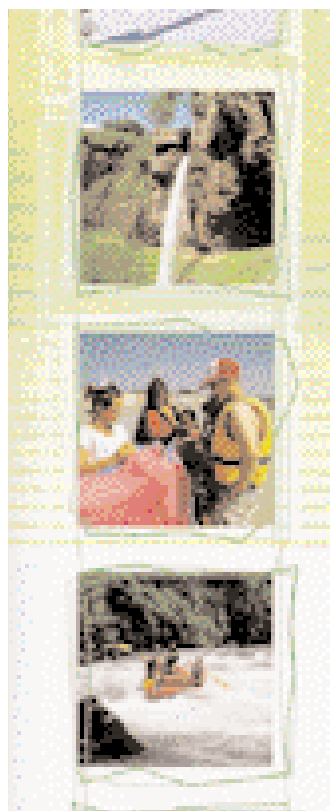
### Réduction d'une semaine pleine en été et modification du chiffre d'affaires



### En conclusion

Avec 9 semaines pleines en été, pour le Groupe échantillon constitué par le TAC, on prévoit un Chiffre d'affaires annuel d'environ 350 090 923€. Avec le scénario le "moins dramatique" le CA annuel revient à 342 904 163€, soit une baisse de chiffre d'affaires d'environ 2,05 %.

# Généralisation pour l'Unat



## En conclusion

La réduction d'une semaine pleine en été causera des pertes lourdes pour le secteur du tourisme.

Contraint de limiter ses hausses de tarifs à un certain plafond, l'hypothèse d'une simple hausse qui suit le niveau de l'inflation est celle qui causera probablement le plus de pertes.

Nous pouvons donc voir, après cet exposé de la situation, que les décisions administratives sur les vacances scolaires d'été ont des conséquences directes sur les acteurs économiques et peuvent être parfois très néfastes

Dans les chapitres précédents nous avons analysé l'impact économique qu'engendrera la baisse d'une semaine pleine en été pour les associations du TAC.

Dans cette dernière partie de l'étude, nous voulons avoir une idée approximative des conséquences pour l'ensemble de l'UNAT.

L'étude sur le TAC a été faite sur les séjours familles car ce sont eux qui sont les plus concernés par la composition des vacances scolaires d'été.

Le nombre de lits du TAC est de 91 291, et celui des lits familles de l'UNAT (autres que le TAC) s'élève à 77 550. Nous avons donc un total de 168 841 lits pour un chiffre d'affaire annuel avoisinant les 670 millions d'euros (uniquement les séjours familles).

Pour chaque scénario défini précédemment on peut généraliser l'incidence économique au niveau de l'UNAT.

## Scénario 1 : le plus pessimiste

	TAC	UNAT
Pertes potentielles du CA	10 266 800€	18 988 254€**
Pertes retombées éco.	4 106 720€	7 595 302€
Total flux éco perdu*	14 373 520€	26 583 556€

\* Flux économique = chiffre d'affaire + retombées économiques

\*\* 18 988 254 = 10 266 800 \* (168 841 / 91 291)

## Scénario 2 : le moins dramatique

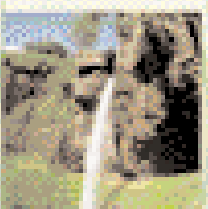
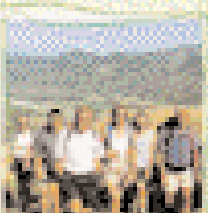
	TAC	UNAT
Pertes potentielles du CA	7 186 760€	13 291 778€
Pertes retombées éco.	2 874 704€	5 316 711€
Total flux éco perdu*	10 061 464€	18 608 489€

## Analyse

En prenant pour référence les associations membres du TAC, ces pertes engendreront un chiffre d'affaires annuel 2004 de 2 à 3 % inférieur à celui prévu avec 9 semaines pleines en été.

Pour limiter ces pertes, il faut absolument que les acteurs du tourisme augmentent leurs tarifs pendant la période de vacances scolaires d'été.

On vient de voir au cours de l'étude, et selon les différents scénarios, que pour pallier l'effet de l'amputation d'une semaine pleine en été, il faudrait que cette **hausse de prix** se situe approximativement entre **5 et 8 %**. Mais cette forte augmentation d'une année sur l'autre est pratiquement impossible pour les acteurs de tourisme. De plus, les lois économiques nous informent que toute hausse de prix a des effets pervers sur la clientèle. Elle s'adresse toujours à celui qui offre les meilleurs prix, et c'est pour ces raisons que les acteurs du tourisme ne peuvent augmenter leur prix au niveau qu'ils souhaitent.



**Union Nationale  
des Associations de  
Tourisme et de plein air**

8 rue César Franck  
75015 Paris  
Tél 01 47 83 21 73  
Fax 01 45 66 69 90  
infos@unat.asso.fr

**[www.unat.asso.fr](http://www.unat.asso.fr)**