

Groupe AP Loisirs

MOBIL-HOMES D'OCCASION : UN MARCHÉ EN HAUSSE

Leader du marché de l'occasion, le groupe AP Loisirs a géré l'achat et la revente de 880 mobil-homes durant l'année 2016. Une tendance qui croît d'année en année, adoptant ainsi la même courbe que dessinait le marché du neuf, dix ans plus tôt. Le temps du renouvellement est venu. Une opération qui s'anticipe et se prépare, comme nous l'explique Jo Di Paola, PDG d'AP Loisirs.

Antoinette de PRÉVOISIN



Jo Di Paola, PDG du groupe AP Loisirs.

La saison se termine, et avec elle, c'est aussi la fin du premier service pour un certain nombre de mobil-homes. Après ces quelques années de bons et loyaux services, leurs propriétaires les destinent au marché de l'occasion. Difficile de savoir combien changent de main chaque année. Mais l'an dernier, 880 mobil-homes ont transité par le service Mobilhomespro.com du groupe AP Loisirs. La société vendéenne gérée par Jo Di Paola et dont le siège est basé à la Roche-sur-Yon, achète les mobil-homes d'occasion aux campings français, en partie par l'intermédiaire des groupes et des chaînes, puis les revend à un réseau de distributeurs. Depuis 2013, date à laquelle Jo Di Paola intègre AP Loisirs en s'associant au fondateur de l'entreprise René Bradmetz, les transactions ne font qu'augmenter. Et pour cause, les années que l'on traverse font écho avec dix ans de décalage aux années de production à fort volume qui se sont succédé entre 2004 et 2008.

La naissance du mobil-home

Quand AP Loisirs voit le jour en 2003, le marché de l'occasion en est à ses prémices et concerne surtout les modèles anglais et les pièces

détachées. Les premiers mobil-homes fabriqués sur le sol français datent de 1993 et sont signés IRM. Le volume de production va alors crescendo et la concurrence se développe sur le marché français dès 1995 avec l'arrivée de O'Hara. En 1999, de nombreux constructeurs arrivent sur le marché. En 2004, il a été vendu près de 24 000 mobil-homes neufs*. La crise de 2008 amorce une baisse des commandes, puis c'est la dégringolade de 2011 jusqu'à 2014 avec environ 12 500 unités vendues, soit une chute de 50 % par rapport à 2004. L'année dernière en 2016, le cumul des chiffres annoncés par les constructeurs permet d'avancer le chiffre de 15 000 unités produites.

Revendre au bon moment

Les années 2016 comme 2017 sonnent ainsi l'heure du renouvellement. « Les mobil-homes sont gardés au minimum 7 ans. C'est le cas dans les plus gros campings qui ont déjà évacué les produits de ces millésimes. Le reste arrive aujourd'hui sur le marché de l'occasion » constate Jo Di Paola.

Mais pour ce spécialiste du secteur, garder ses hébergements le plus longtemps possible n'est pas forcément le calcul le plus rentable. S'il

n'existe pas de cote de l'occasion pour la filière professionnelle, Jo Di Paola est capable avec ses années de pratique et d'observation du marché, d'estimer la valeur des produits. « On a une décote généralement de 300 à 500 euros par an sur un même produit, même millésime. Après, cela dépend de l'offre et de la demande. Un produit de type Super Mercure de chez IRM a forcément moins de valeur aujourd'hui qu'il y a 4 ou 5 ans. D'abord parce qu'il a vieilli, mais aussi parce qu'il y en a beaucoup sur le marché. Un grand trois chambres aurait une forte valeur aujourd'hui parce qu'il n'y en a pas beaucoup sur le marché et qu'il est

De l'occasion, des terrasses, des Tabl'Grill et même un camping !

Si le marché des mobil-homes d'occasion reste la principale activité du groupe AP Loisirs, l'entreprise vend et installe aussi des terrasses pour mobil-homes. Elle gère par ailleurs depuis 2012 le camping Yelloh! Village Belle Plage à Ploemeur. Et pour diversifier ses activités dans l'hôtellerie de plein air, la société est devenue l'an dernier le distributeur exclusif de la Tabl'Grill.

très demandé. Il est donc peut-être plus opportun de sortir maintenant ce type de modèle, car le camping pourrait en tirer un meilleur prix que s'il attendait une année de plus », analyse Jo Di Paola. Pour aider les campings à gérer le renouvellement de leur parc de mobil-homes, AP Loisirs propose un service d'estimation gratuit. « Je n'estime pas la valeur comptable du parc, mais la valeur réelle en fonction du moment », précise-t-il.

De l'occasion bien entretenue

Si la valeur d'un mobil-home dépend de l'attente momentanée du marché, elle dépend également de la façon dont l'hébergement a été entretenu. « Dans la mesure où on fait du volume, on sait très bien que sur un millier de mobil-homes, on aura quelques mauvaises surprises. Le plus important sur le marché de l'occasion c'est de connaître l'état de la cabine de douche. C'est souvent le point faible, car une fuite de cabine de douche entraîne un problème de lino et de plancher », précise Jo Di Paola qui prend connaissance des produits d'occasion sur photos, achète et revend en l'état aux distributeurs. Ce sont eux qui gèreront les réparations nécessaires avant de les réintroduire sur le marché. « Et aujourd'hui, tout est réparable ! »

L'occasion sort du territoire

Dans 60 % des cas, ces produits partent à l'export, notamment en Espagne où les campings sont actuellement très demandeurs, mais également en Italie, en Grèce et au Portugal. « À ce sujet, je pense que l'occasion a plutôt intérêt à sortir de France, car lorsque l'on vend à l'export, on ne crée pas sa propre concurrence. Autrement dit, quand un camping vend à un confrère voisin un mobil-home d'occasion, le produit est encore dans un bon état. Le camping contribue ainsi à créer d'une certaine façon une offre qui lui est concurrente. Avec nous, ça sort le plus souvent du territoire, de la région ou du département, et même de France », analyse Jo Di Paola. ■

* Cumul des chiffres que les constructeurs ont confié à Décisions en 2004.