



Les Français et le camping

Sondage Ifop pour FNHPA

N° 117190

Contacts Ifop :

Jérôme Fourquet, Directeur du département

Marion Chasles-Parot, Directrice d'études

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com

Mars 2020



FNHPA
FEDERATION NATIONALE
DE L'HOTELLERIE
DE PLEIN AIR

Etude réalisée par l'Ifop pour FNHPA

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
 L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1505 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, au sein duquel 618 personnes ont affirmé avoir séjourné en camping au cours des 5 dernières années.	 La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	 Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 10 mars 2020.

Notes de lecture :

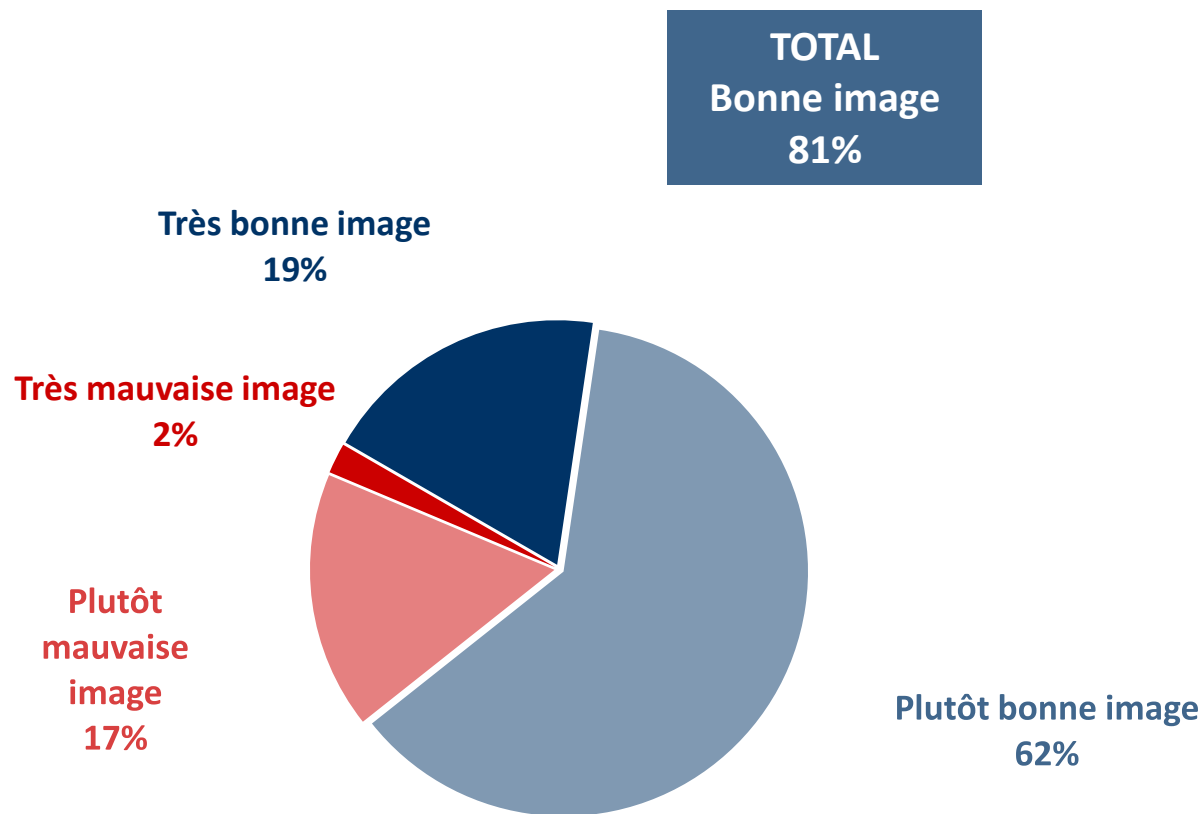
- Les écarts significativement inférieurs entre les cibles sont indiqués par  .
- Les évolutions significatives par rapport aux enquêtes précédentes sont indiquées par  .

Etude Opinion Way pour FNHPA réalisée auprès d'un échantillon de 590 personnes ayant séjourné en camping au cours des 5 dernières années, issu d'un échantillon de 2134 Français, représentatif de la population française, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Par questionnaire auto-administré en ligne du 21 au 30 mars 2018.

Etude Opinion Way pour FNHPA réalisée auprès d'un échantillon de 631 personnes ayant séjourné en camping au cours des 5 dernières années, issu d'un échantillon de 2070 Français, représentatif de la population française, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Par questionnaire auto-administré en ligne du 29 mars au 4 avril 2013.

A | L'image du camping

QUESTION : Lorsque vous pensez au camping, diriez-vous que vous en avez une... ?



TOTAL
Bonne image
81%

TOTAL
Mauvaise image
19%

Focus : TOTAL « Très bonne image »

Age de la personne interrogée

18 à 24 ans	28
25 à 34 ans	24
35 à 49 ans	24
50 à 64 ans	14
65 ans et plus	12

Catégorie d'agglomération

Communes rurales	20
Communes urbaines de province	20
Agglomération parisienne	14

Statut marital

En couple	19
Célibataire	19

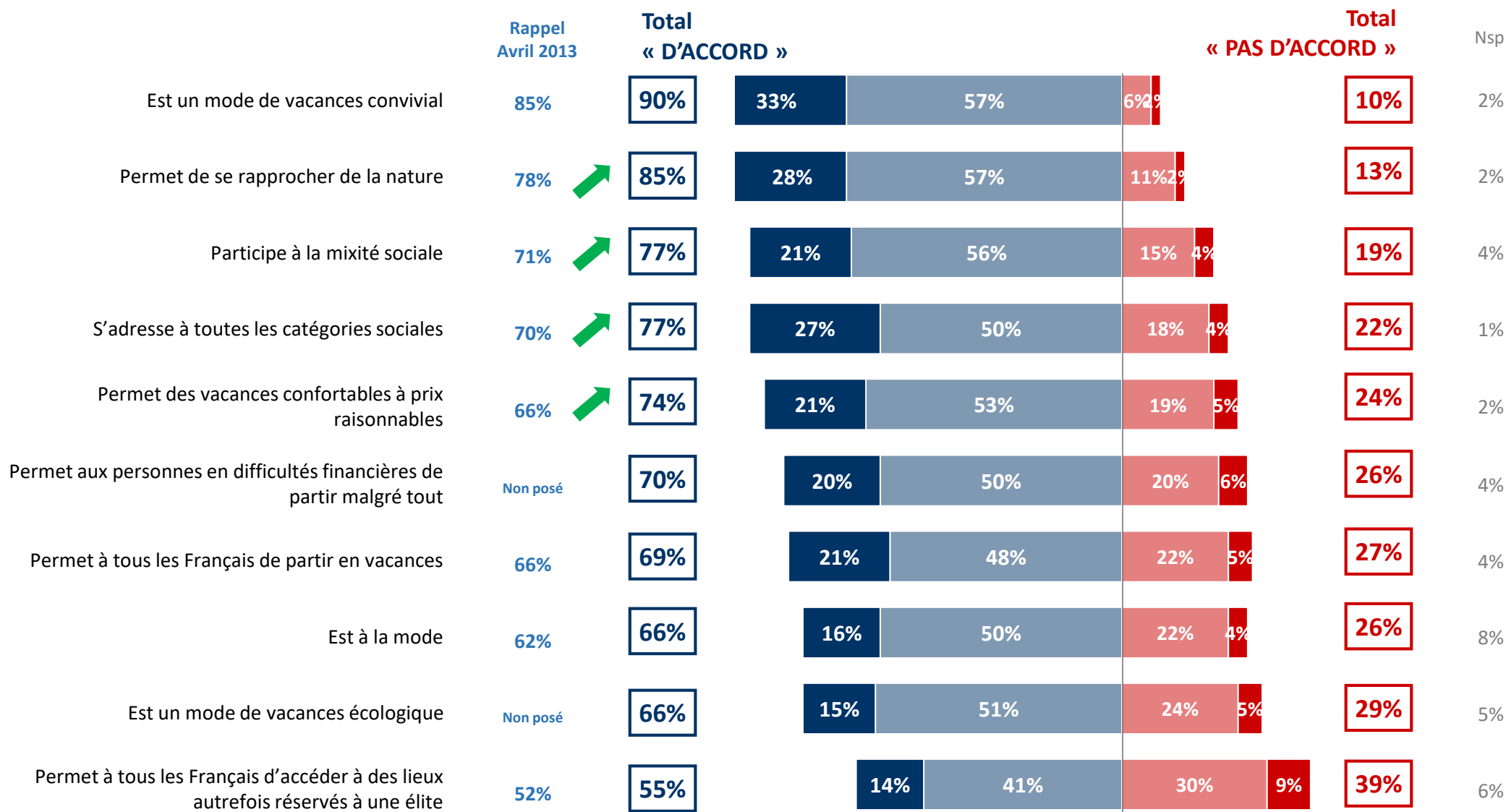
Présence d'enfants dans le foyer

Oui	27
Non	17

Niveau de vie

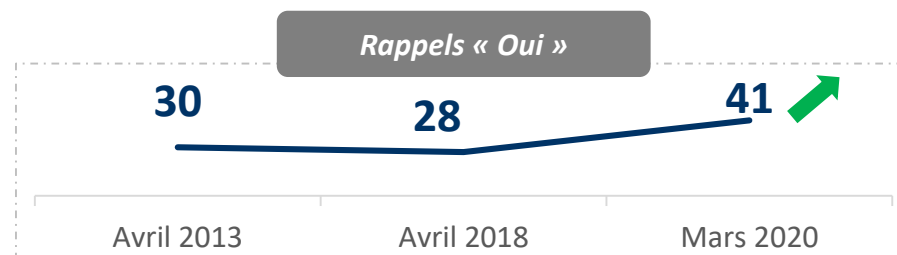
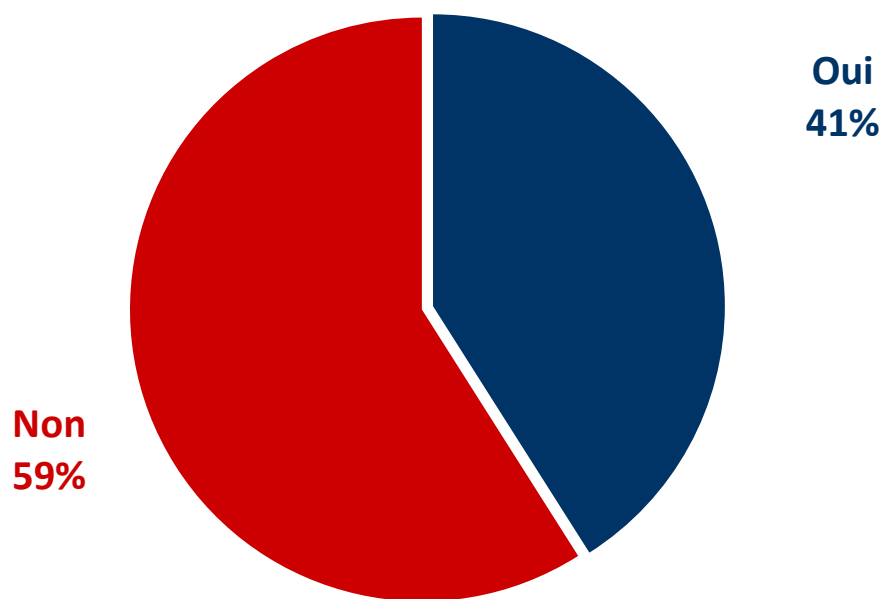
Catégories aisées	11
Classes moyennes supérieures	17
Classes moyennes inférieures	21
Catégories modestes	26
Catégories pauvres	25

QUESTION : Voici quelques phrases sur le camping. Pour chacune d'entre elles, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout. Le camping...



B | La pratique du camping

QUESTION : Au cours des cinq dernières années, avez-vous séjourné en camping... ?



QUESTION : Au cours des cinq dernières années, avez-vous séjourné en camping... ?

ENSEMBLE	CAMPEURS	POPULATION FRANCAISE
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)		
Homme	51	47,6
Femme	49	52,4
AGE DE L'INTERVIEWE(E)		
Moins de 35 ans	35,3	25,7
18 à 24 ans	14,4	10,3
25 à 34 ans	20,9	15,4
35 ans et plus	64,7	74,3
35 à 49 ans	30,6	25
50 à 64 ans	23,2	24,7
65 ans et plus	11	24,6
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)		
ACTIF	71,6	59,1
PCS+	15,3	14,3
Travailleur indépendant	5,9	4,5
Cadre et prof. int. supérieure	9,4	9,8
Profession intermédiaire	20,6	14,8
PCS-	35,7	30
Employé	20,3	17
Ouvrier	15,5	13
INACTIF	28,4	40,9
Retraité	14	28,5
Autre inactif	14,3	12,4

ENSEMBLE	CAMPEURS	POPULATION FRANCAISE
REGION		
Région parisienne	15,4	18,4
Province	84,6	81,6
Nord est	23,4	22,6
Nord ouest	27,8	22,9
Sud ouest	8,3	11,3
Sud est	25,1	24,8
TAILLE D'UNITE URBAINE		
Communes rurales	23,9	22,3
Communes urbaines de province	62,2	61,3
Agglomération parisienne	13,9	16,4
NIVEAU D'EDUCATION		
Sans diplôme. CEP. BEPC	8,7	26,9
CAP-BEP	18,8	23,1
Baccalauréat	22	15,8
Enseignement supérieur	37,8	27,4
En cours d'études	12,6	6,8
STATUT MARITAL		
En couple	67,3	
Célibataire	26,9	
ENFANTS DE MOINS DE 14 ANS		
Oui	36	
Non	64	
NIVEAU DE VIE		
Catégories aisées	9,8	
Classes moyennes supérieures	16,9	
Classes moyennes inférieures	27,6	
Catégories modestes	20,7	
Catégories pauvres	15,1	

Les motivations principales à séjourner en camping

QUESTION : Quelles sont les deux principales raisons qui vous font choisir le camping pour vos vacances ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des 5 dernières années, soit **41%** de l'échantillon

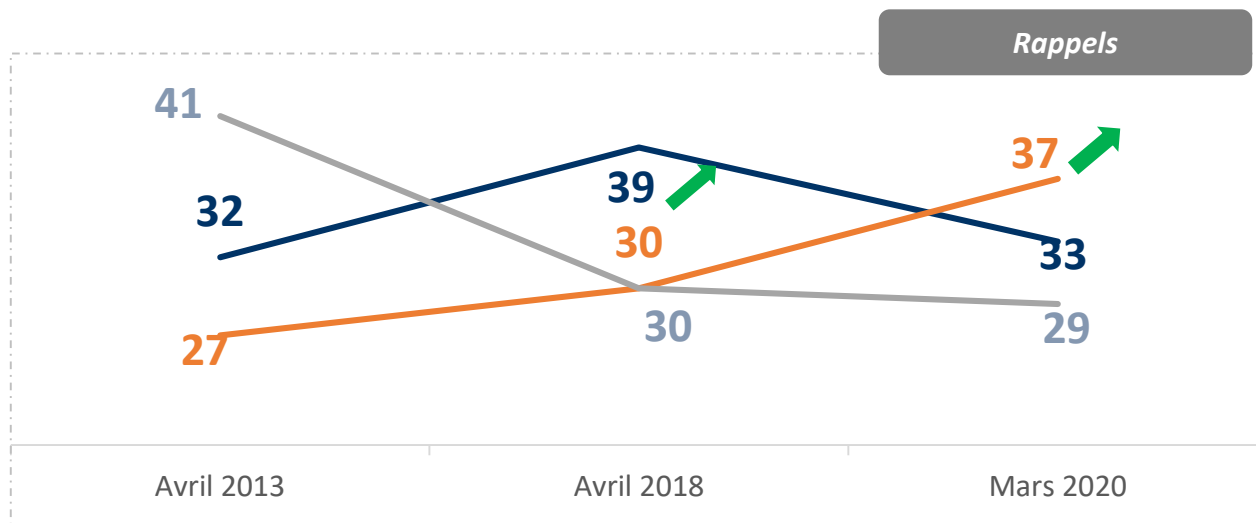
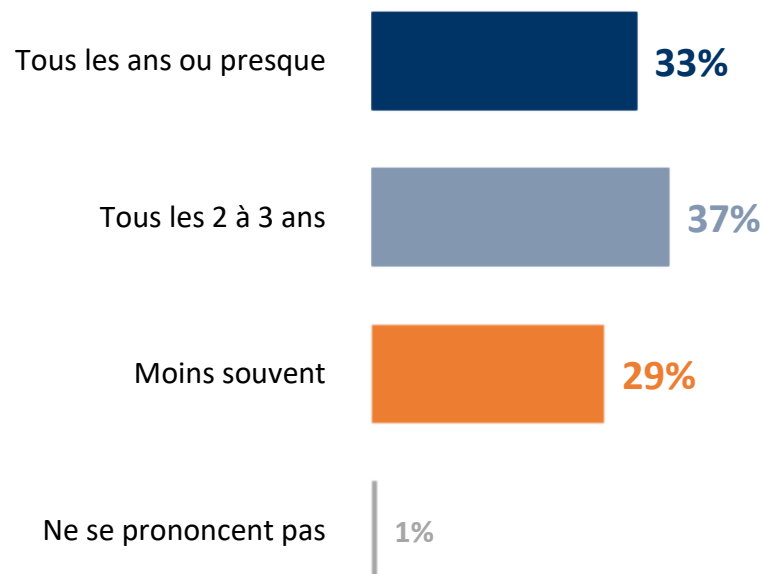


Rappels	
Avril 2013	Avril 2018
57%	57%
Non posé	Non posé
26%	21%
21%	23%
16%	18%
15%	12%
Non posé	Non posé
7%	7%
6%	11%
8%	6%
3%	5%
4%	2%
1%	1%

Remarque : l'item « les activités proposées (infrastructures, animations) » a été divisé en deux choix différents en mars 2020 (« les équipements de loisirs » et « le programme d'activités et d'animations »). Les rappels ne sont donc indiqués qu'à titre indicatif.

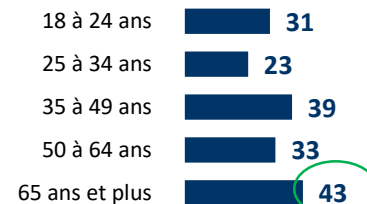
QUESTION : A quelle fréquence passez-vous des vacances au camping ... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des 5 dernières années, soit 41% de l'échantillon

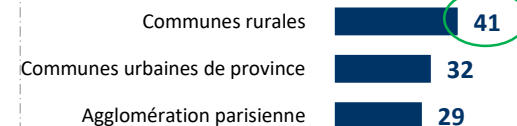


Focus : Tous les ans ou presque

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer

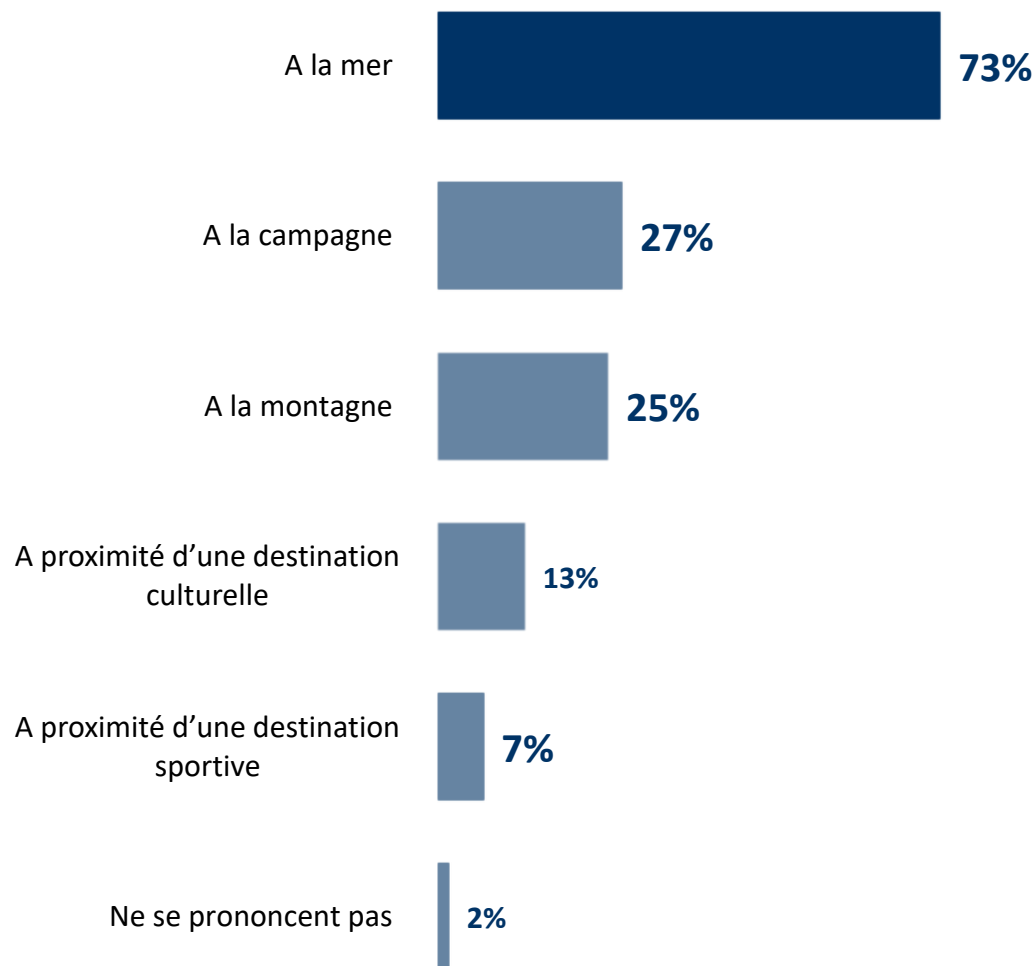


Bénéfice d'aides au départ en vacances



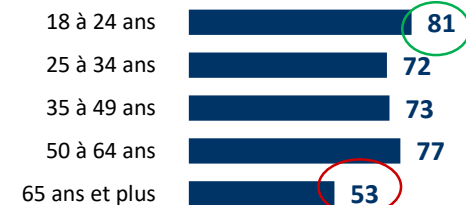
QUESTION : Lorsque vous passez vos vacances au camping, vous préférez aller... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des 5 dernières années, soit 41% de l'échantillon



Focus : A la mer

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



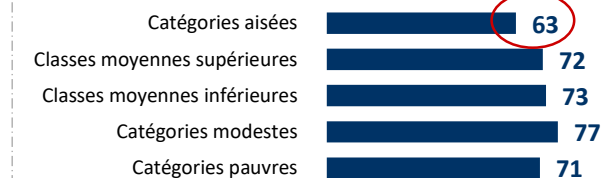
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



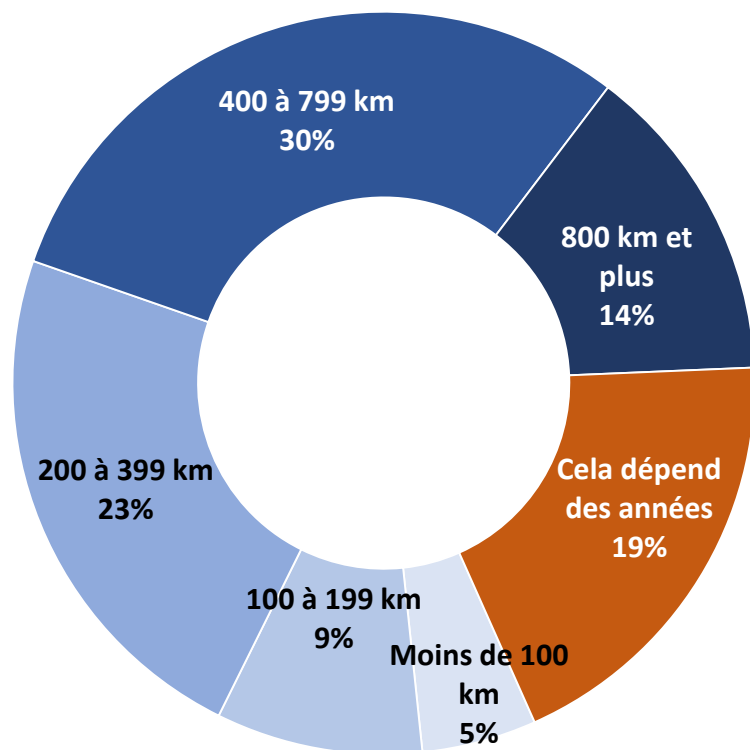
Niveau de vie



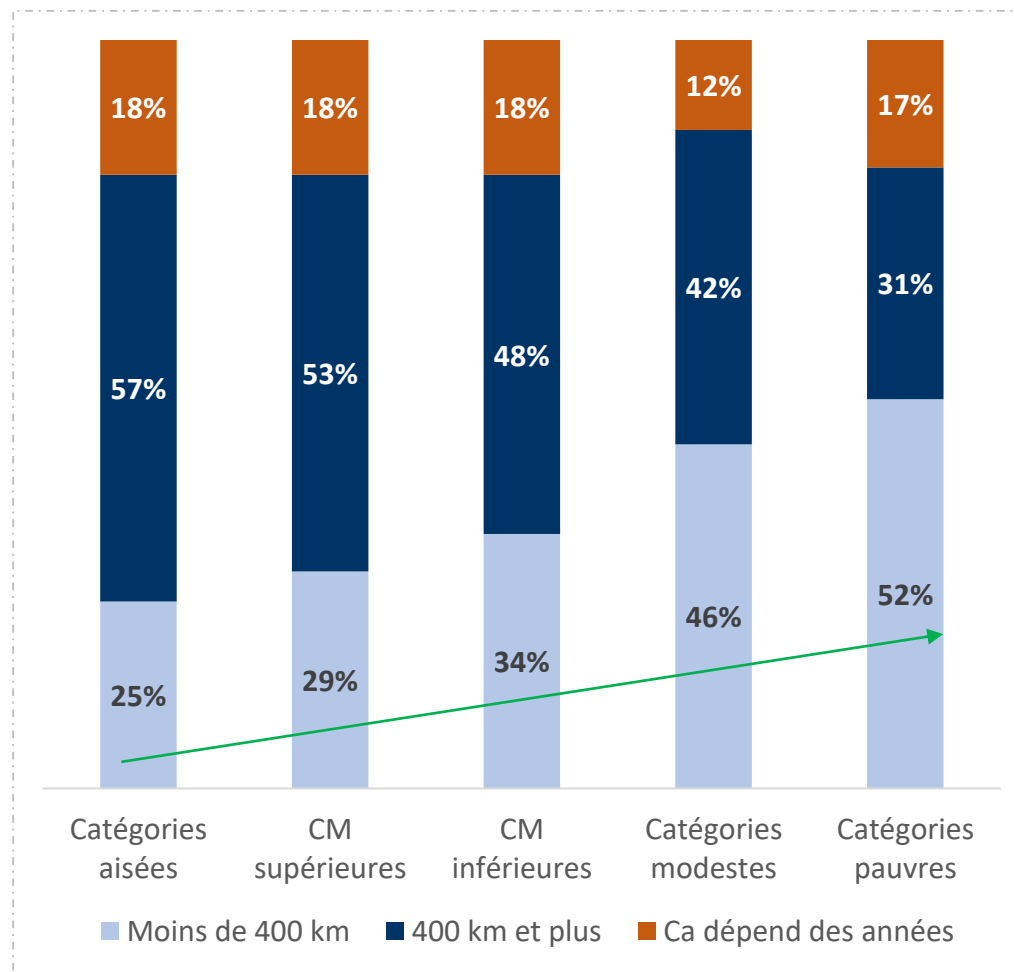
La distance entre le camping et son domicile

QUESTION : D'une manière générale, lorsque vous partez en vacances en camping, à quelle distance se trouve le camping de votre domicile... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des 5 dernières années, soit **41%** de l'échantillon

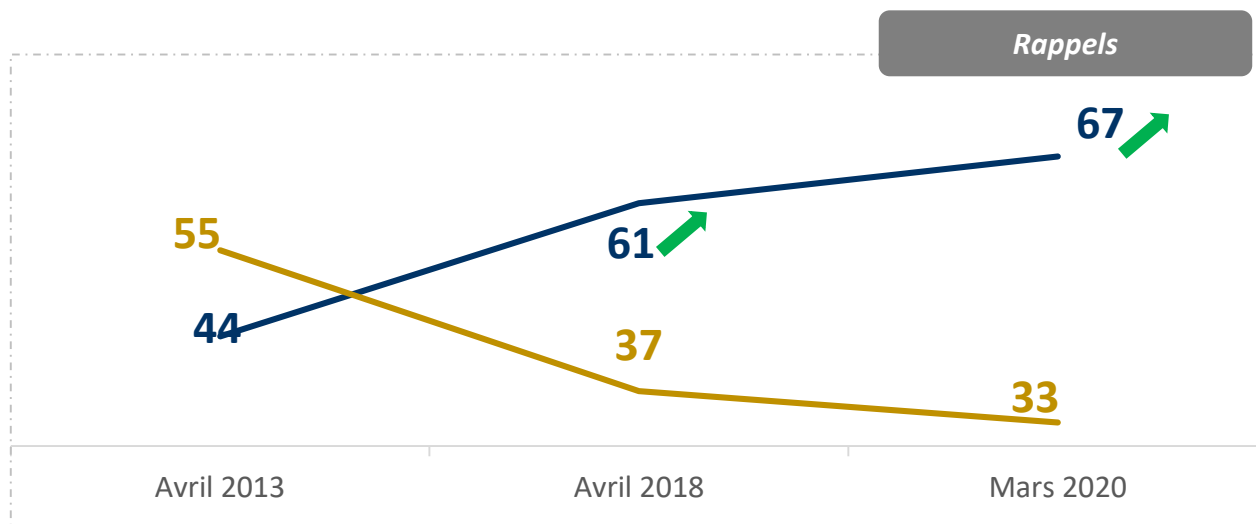
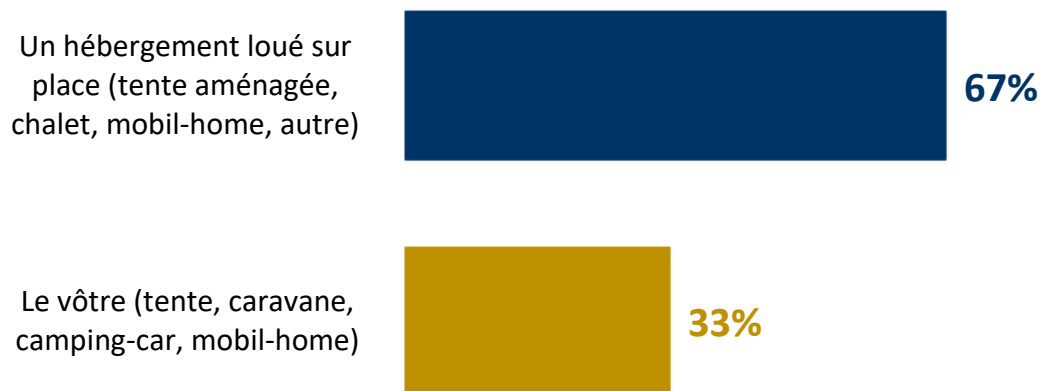


Niveau de vie



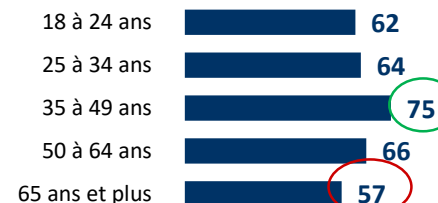
QUESTION : Quand vous séjournez dans un camping, quel type d'hébergement privilégiez-vous ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des 5 dernières années, soit 41% de l'échantillon

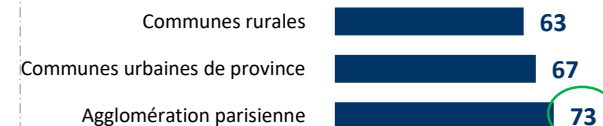


Focus : Un hébergement loué sur place

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



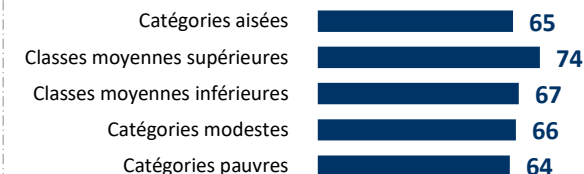
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



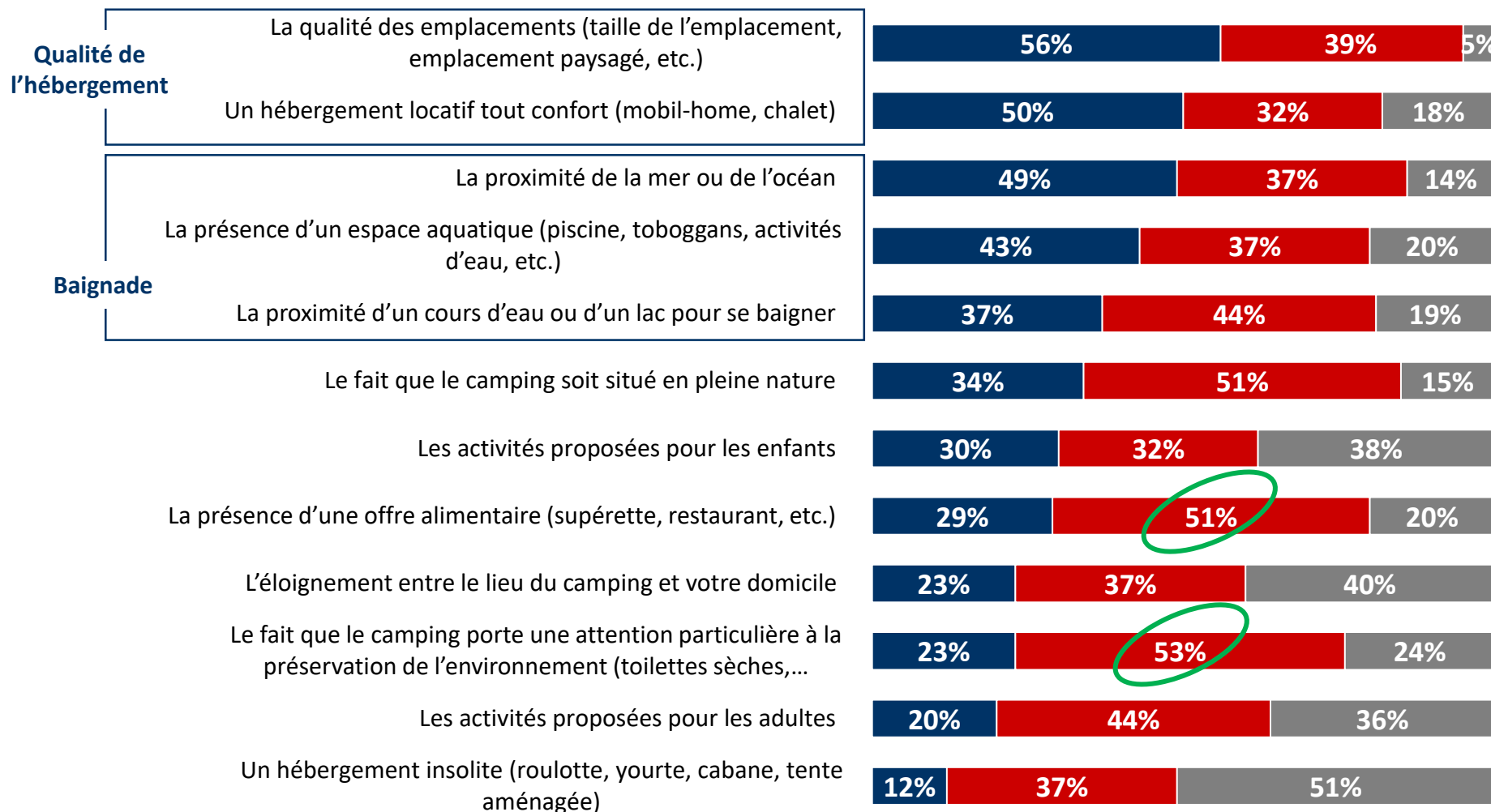
Niveau de vie



Les critères fondamentaux dans le choix du camping

QUESTION : Pour chacun des éléments suivants, veuillez indiquer s'il constitue, à vos yeux, un critère fondamental, important mais pas fondamental ou secondaire dans le choix de votre camping ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des 5 dernières années, soit 41% de l'échantillon



■ Fondamental

■ Important, mais pas fondamental

■ Secondaire



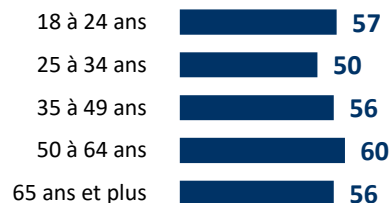
Les critères fondamentaux dans le choix du camping

Focus : Fundamental

La qualité des emplacements

Moyenne : 56%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



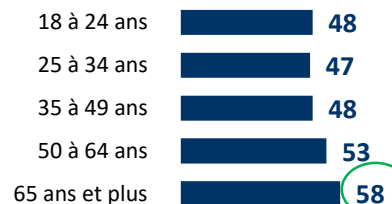
Niveau de vie



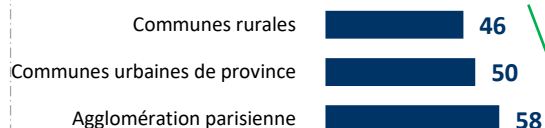
Un hébergement locatif tout confort

Moyenne : 50%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



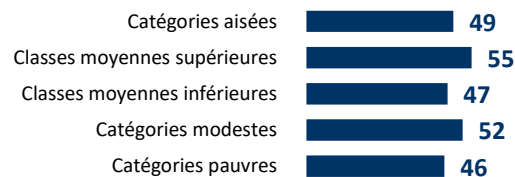
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



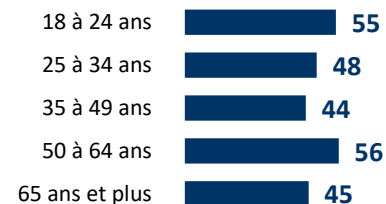
Niveau de vie



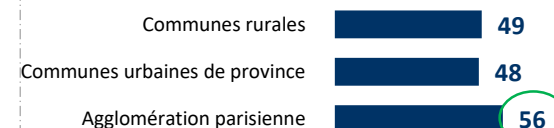
La proximité de la mer ou de l'océan

Moyenne : 49%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



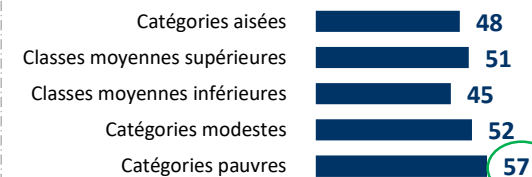
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



Niveau de vie





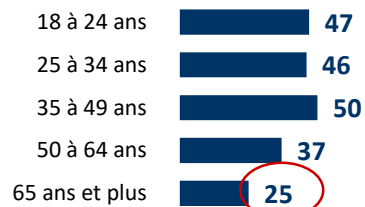
Les critères fondamentaux dans le choix du camping

Focus : Fundamental

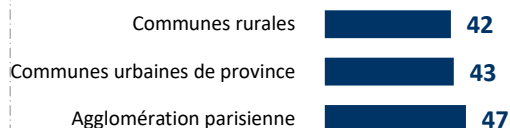
La présence d'un espace aquatique

Moyenne : 43%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



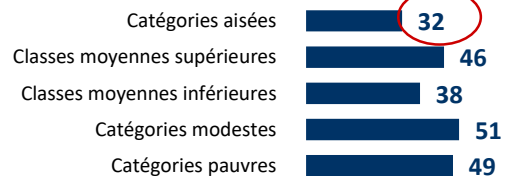
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



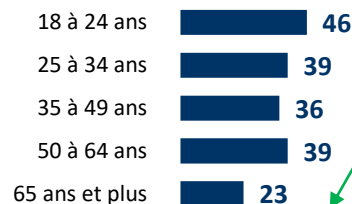
Niveau de vie



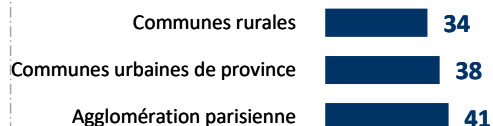
La proximité d'un cours d'eau ou d'un lac pour se baigner

Moyenne : 37%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



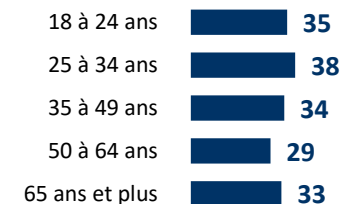
Niveau de vie



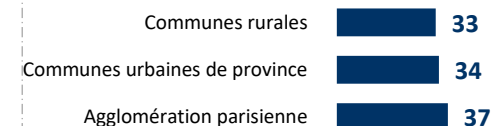
Le fait que le camping soit situé en pleine nature

Moyenne : 34%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



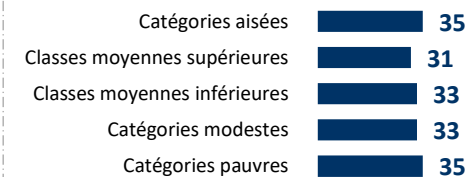
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



Niveau de vie





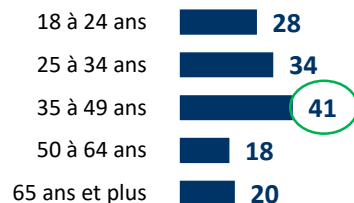
Les critères fondamentaux dans le choix du camping

Focus : Fundamental

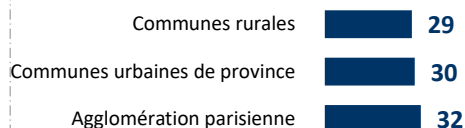
Les activités proposées pour les enfants

Moyenne : 30%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



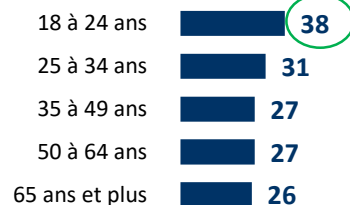
Niveau de vie



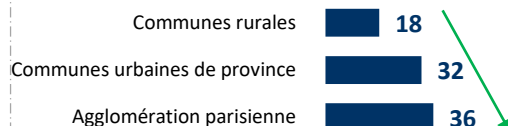
La présence d'une offre alimentaire

Moyenne : 29%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



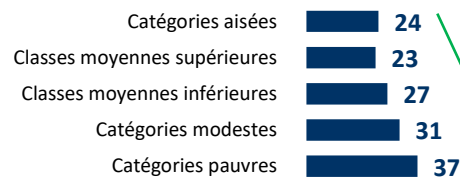
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



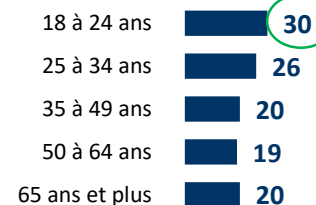
Niveau de vie



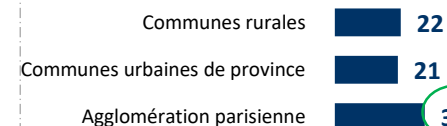
L'éloignement entre le lieu du camping et votre domicile

Moyenne : 23%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



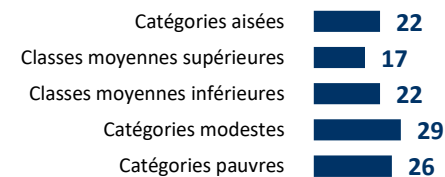
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



Niveau de vie





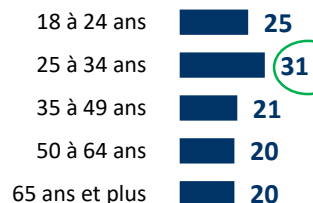
Les critères fondamentaux dans le choix du camping

Focus : Fondamental

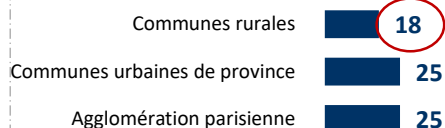
Une attention particulière à la préservation de l'environnement

Moyenne : 23%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



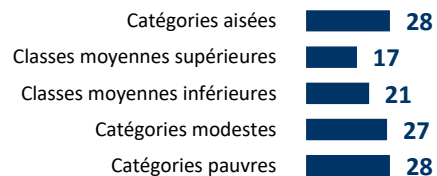
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



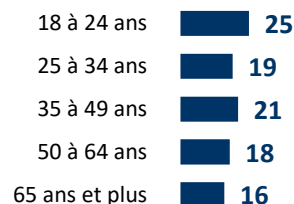
Niveau de vie



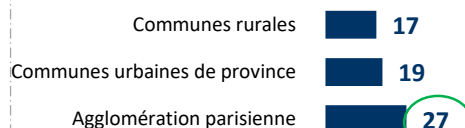
Les activités proposées pour les adultes

Moyenne : 20%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



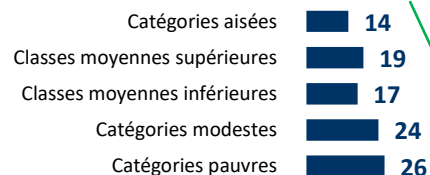
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



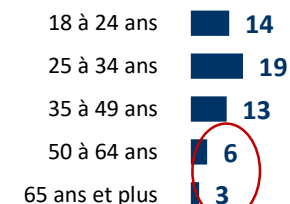
Niveau de vie



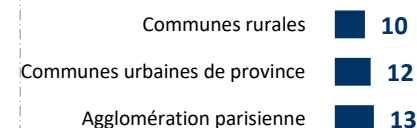
Un hébergement insolite

Moyenne : 12%

Age de la personne interrogée



Catégorie d'agglomération



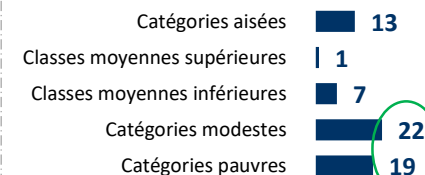
Statut marital



Présence d'enfants dans le foyer



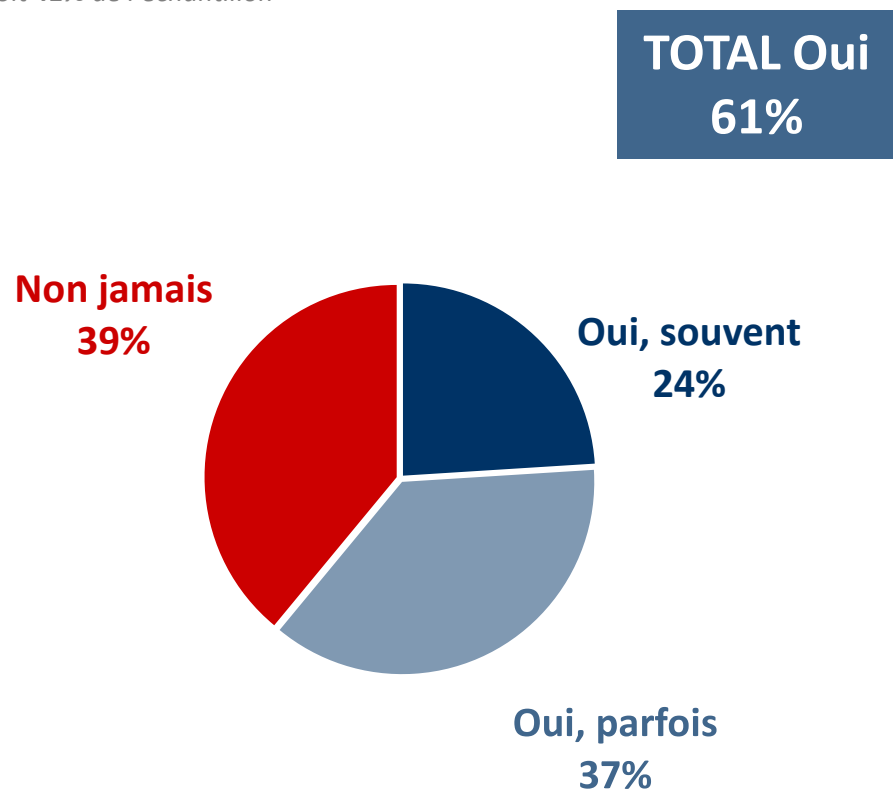
Niveau de vie



L'expérience d'un renoncement à des vacances pour des raisons financières

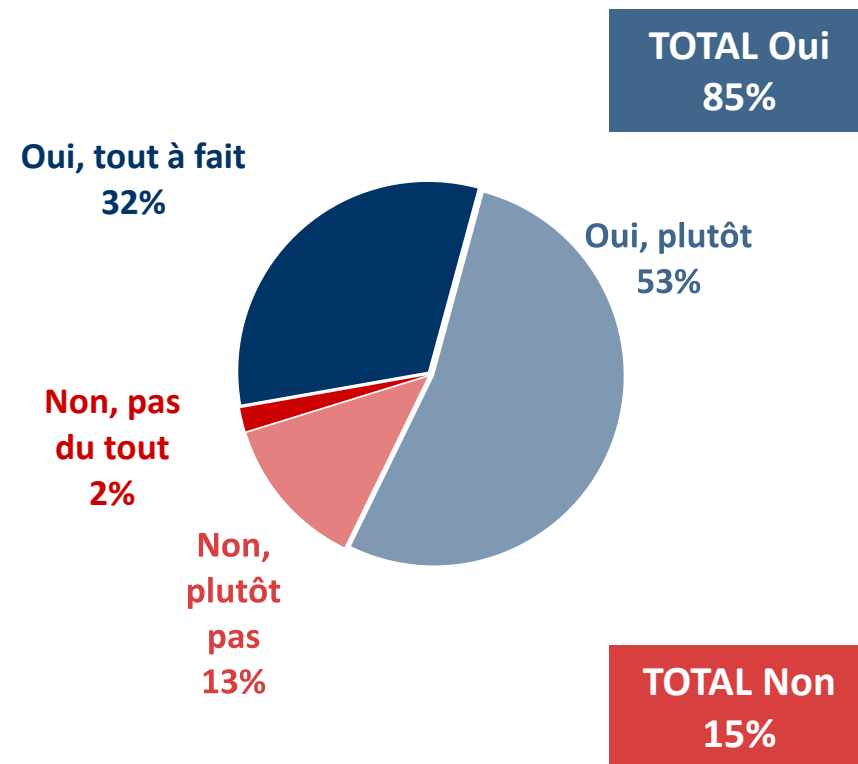
QUESTION : Vous est-il arrivé au cours des cinq dernières années de renoncer à partir en vacances d'été pour des raisons financières ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des 5 dernières années, soit 41% de l'échantillon



QUESTION : Si cela venait à se reproduire, pourriez-vous considérer le camping comme une alternative ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des 5 dernières années et qui ont déjà renoncé à des vacances, soit 25% de l'échantillon



Fort de la convivialité qui lui est associé, le camping jouit d'une bonne image auprès des Français

Huit Français sur dix affirment avoir une bonne image du camping (81%), près d'un cinquième déclarant même en avoir une très bonne image (19%) et notamment les plus jeunes (26% des 18-34 ans VS 17% des 35 ans et plus) ainsi que les catégories sociales modestes (26%) et pauvres (25%).

Plus précisément, **l'image du camping est avant tout associée à la convivialité** (90% des Français sont d'accord avec l'idée que le camping est un mode de vacances convivial) **ainsi qu'à son caractère socialement fédérateur**. Ainsi, les personnes interrogées s'accordent – et cela de façon de plus en plus consensuelle – autour de l'idée que le camping participe à la mixité sociale (77%, +6 points par rapport à 2013), qu'il s'adresse à toutes les catégories sociales (77%, +7 points), notamment parce qu'il offre des vacances confortables à prix raisonnables (74%, +8 points) permettant ainsi à tous les Français de partir en vacances (69%), même ceux en difficultés financières (70%). De fait, la quasi-totalité des Français qui ont déjà renoncé à des vacances pour des raisons financières s'accorde à dire que si cette situation advenait à nouveau, ils pourraient considérer le camping comme une alternative (85%).

Au-delà de la convivialité et de l'accessibilité du camping, les interviewés partagent presque tous le sentiment que le camping permet de se rapprocher de la nature (85%, +7 points) tout en reconnaissant une marge de progression possible sur le caractère écologique de ce mode de vacances (66%).

Les Français sont de plus en plus enclins à séjourner en camping, animés principalement par une motivation financière

La part des Français ayant séjourné en camping au cours des 5 dernières années progresse significativement - 41% des Français déclarent avoir eu recours à ce mode d'hébergement (+11 points vs 2018) – et notamment celle des campeurs occasionnels réguliers (37% séjournent en camping tous les 2 à 3 ans, +10 points par rapport à avril 2013).

Par rapport à la population française, **le profil du campeur est :**

- **Plus jeune**, 35,3% des campeurs ont moins de 35 ans (vs 25,7% s'agissant de la structure de la population nationale) et on y trouve beaucoup moins de 65 ans et plus (11% vs 24,6%)
- **Davantage issu des CSP intermédiaires ou modestes** : 20,6% des campeurs sont issus des professions intermédiaires (vs 14,8% de professions intermédiaires au sein de la population française) et 20,3% sont des employés (vs 17% d'employés au sein de la population française)

Au cœur des motivations à séjourner en camping, le rapport qualité-prix emporte la moitié des réponses (49%). La convivialité et la proximité avec la nature, bien qu'indissociables du séjour en camping, constituent comparativement des motivations secondaires (respectivement 24% et 18%). Viennent ensuite **les items ayant trait à la montée en gamme de l'offre** (« le tout compris » et « le programme d'activité »), motivations dont les classes sociales les plus aisées semblent se détourner quand les plus modestes y sont tendanciellement plus sensibles.

Confort et proximité de la baignade comme critères déterminants dans son choix de camping

La principale transformation des attentes des campeurs concerne le mode d'hébergement proposé par le camping. Alors que ces derniers étaient plutôt divisés quant au choix d'emmener son hébergement (55%) ou d'en louer un sur place (44%) en 2013, aujourd'hui **deux tiers des campeurs déclarent privilégier un hébergement loué sur place (67%), un bond de 23 points en 7 ans !** De fait, **la proposition d'un hébergement locatif tout confort par le camping (mobil-home, chalet) est un des éléments les plus déterminants dans le choix de son lieu de séjour** (50% des campeurs le considèrent fondamental), juste après la qualité des emplacements (56%). En revanche, les hébergements insolites ne semblent pas encore représenter de vrais « plus » pour un camping : 51% des campeurs jugent ce critère secondaire.

Trois quarts des interviewés privilégient la mer pour passer leurs vacances au camping (73%). De telle sorte que la proximité d'un lieu de baignade constitue l'un des critères phares dans le choix du camping : la proximité de la mer ou de l'océan est un critère fondamental pour la moitié des interviewés (49%), tout comme, dans une mesure légèrement moindre, la présence d'un espace aquatique (43%) ou d'un cours d'eau ou d'un lac pour se baigner (37%).

Pour se rapprocher de la baignade, nul besoin de s'éloigner du domicile pour la plupart des campeurs et, à l'heure où la liberté de voyager des Français est fortement questionnée pour cet été, il est rassurant de noter que **40% d'entre eux jugent le critère de l'éloignement de son domicile secondaire** (il est tout de même important sans être fondamental pour une même proportion d'entre eux, 37%). **Dans les pratiques, un peu plus d'un tiers des Français part dans un rayon de moins de 400 km de son domicile, mais cette moyenne recouvre de fortes disparités en fonction du niveau de vie¹.** Les catégories aisées sont ainsi 25% à partir dans un rayon de moins de 400km et 57% à aller au-delà. Les courbes se croisent, de manière extrêmement linéaire en fonction de la classe sociale d'appartenance, de telle sorte que les catégories les plus pauvres sont, elles, 52% à partir à moins de 400km de chez elles et 31% à s'éloigner.

¹ Une disparité sociale déjà observée dans l'enquête Les Français et les vacances (2019) : dans les critères de recherche d'un lieu de vacances, alors que les catégories sociales supérieures retiennent en trio de tête pour choisir leur destination « partir loin de chez soi pour déconnecter du quotidien » (37 % citent ce critère en premier), le « confort total » (19 % en premier) et « un endroit sain d'un point de vue environnemental, loin de la pollution » (18 % en premier), les catégories populaires vont privilégier « un endroit pas cher » (33 % en premier), « partir loin de chez soi pour déconnecter du quotidien » (26 % en premier) et le « confort total » (15 % en premier).

Les activités proposées par le camping, participant à la convivialité associée à ce mode d'hébergement, sont finalement des éléments plus secondaires que le confort ou la baignade dans le choix du lieu de séjour. Sont avant tout attendues des activités pour occuper les enfants (un critère fondamental pour 50% des parents), quand les activités proposées pour les adultes sont relayées au second plan (20% des campeurs).

Sur ce point et, plus globalement, **s'agissant de l'ensemble des propositions visant à transformer le camping en un lieu de vacances à part entière** (par opposition à un simple mode d'hébergement), il convient d'observer que ces dernières sont systématiquement plus déterminantes pour les catégories sociales les plus modestes : la présence d'un espace aquatique (32% des catégories aisées VS 49% des catégories pauvres), les activités proposées pour les enfants (19% VS 39%), la présence d'une offre alimentaire (24% vs 37%), les activités proposées par les adultes (14% vs 26%). **Ainsi, la montée en gamme de l'offre des campings semble davantage séduire les vacanciers issus des classes populaires.**

Quant au caractère écologique du camping, s'il apparaît comme un levier pertinent à actionner pour améliorer ou plutôt renouveler l'image du camping, il reste aujourd'hui un élément secondaire quoique non négligeable dans le choix de son lieu de séjour (23% estiment que c'est un critère fondamental, 53% qu'il est important sans être fondamental).