



**FNHPA**  
FEDERATION NATIONALE  
DE L'HOTELLERIE  
DE PLEIN AIR

# **Les Français et le camping**

## *Vague 4*

Mars 2025

N°121421  
Contacts Ifop :  
Jérôme Fourquet / Marion Chasles-Parot / Laureline Michaud  
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

# Sommaire

|     |                                     |           |
|-----|-------------------------------------|-----------|
| 01. | <b>La méthodologie</b>              | <b>3</b>  |
| 02. | <b>Les résultats de l'étude</b>     | <b>5</b>  |
|     | A. Les opinions sur le camping      |           |
|     | B. La pratique du camping           |           |
|     | C. La place des loisirs au camping  |           |
| 03. | <b>Les principaux enseignements</b> | <b>29</b> |



1   
☐ ☒ ☐ ☐  
A B C D

2   
☐ ☐ ☒ ☐  
A B C D

3   
☐ ☐ ☐ ☒  
A B C D

4   
☐ ☒ ☐ ☐  
A B C D

01

La méthodologie

# Méthodologie

## ECHANTILLON



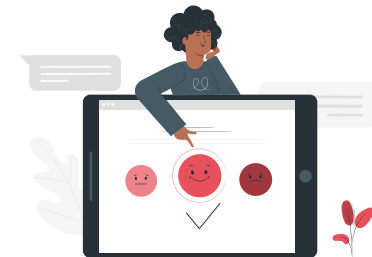
L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1 501 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Parmi cet échantillon, **526 personnes** ont déclaré avoir **séjourné en camping** au cours des trois dernières années.

## METHODOLOGIE



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.

## MODE DE RECUEIL



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne **du 4 au 7 mars 2025**.

### Rappel de la méthodologie des précédentes vagues

- **Avril 2013** : Étude OpinionWay pour FNHPA menée auprès d'un échantillon de **2070** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, au sein duquel **631** personnes ont déclaré avoir séjourné en camping au cours des **5 dernières années**. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 29 mars au 4 avril 2013, selon la méthode des quotas.
- **Mars 2020** : Étude Ifop pour la FNHPA menée auprès d'un échantillon de **1 505** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, au sein duquel **618** personnes ont déclaré avoir séjourné en camping au cours des **5 dernières années**. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 10 mars 2020, selon la méthode des quotas.
- **Mars 2023** : Étude Ifop pour la FNHPA menée auprès d'un échantillon de **1 503** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, au sein duquel **582** personnes ont déclaré avoir séjourné en camping au cours des **3 dernières années**. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 15 au 20 mars 2023, selon la méthode des quotas.
- **Mars 2024** : Étude OpinionWay pour la FNHPA menée auprès d'un échantillon de **2 021** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, au sein duquel **529** personnes ont déclaré avoir séjourné en camping au cours des **3 dernières années**. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 20 au 23 mars 2024, selon la méthode des quotas.

### Aide à la lecture



Indique un résultat significativement **supérieur** ou **inférieur** à la moyenne, au seuil de 95%.



Indique une **hausse** ou une **baisse** significative par rapport à la vague précédente.

A hand holding a stylus points at a tablet displaying various data visualizations. The tablet screen shows a complex dashboard with multiple charts: a line graph at the top left, a horizontal bar chart at the top right, a circular gauge chart with four segments labeled 185, 315, 175, and 325, a network diagram with a globe in the center, a line graph with a shaded area at the bottom right, and several smaller pie and bar charts. The background is a dark, textured surface. A large red semi-transparent shape is overlaid on the right side of the image, containing the text '02 Les résultats de l'étude'.

02

Les résultats de l'étude



A

Les opinions sur le  
camping

# Les atouts associés spontanément au camping (1/2) – Nuage de mots

Question : Nous allons parler dans cette étude des vacances au camping. Selon vous, quels sont les atouts de ce mode d'hébergement par rapport aux autres expériences de vacances (location de maison, hôtel, village de vacances, etc.) ?

Question ouverte, réponses non suggérées



Une personne interrogée a résumé ainsi les atouts qu'elle perçoit :



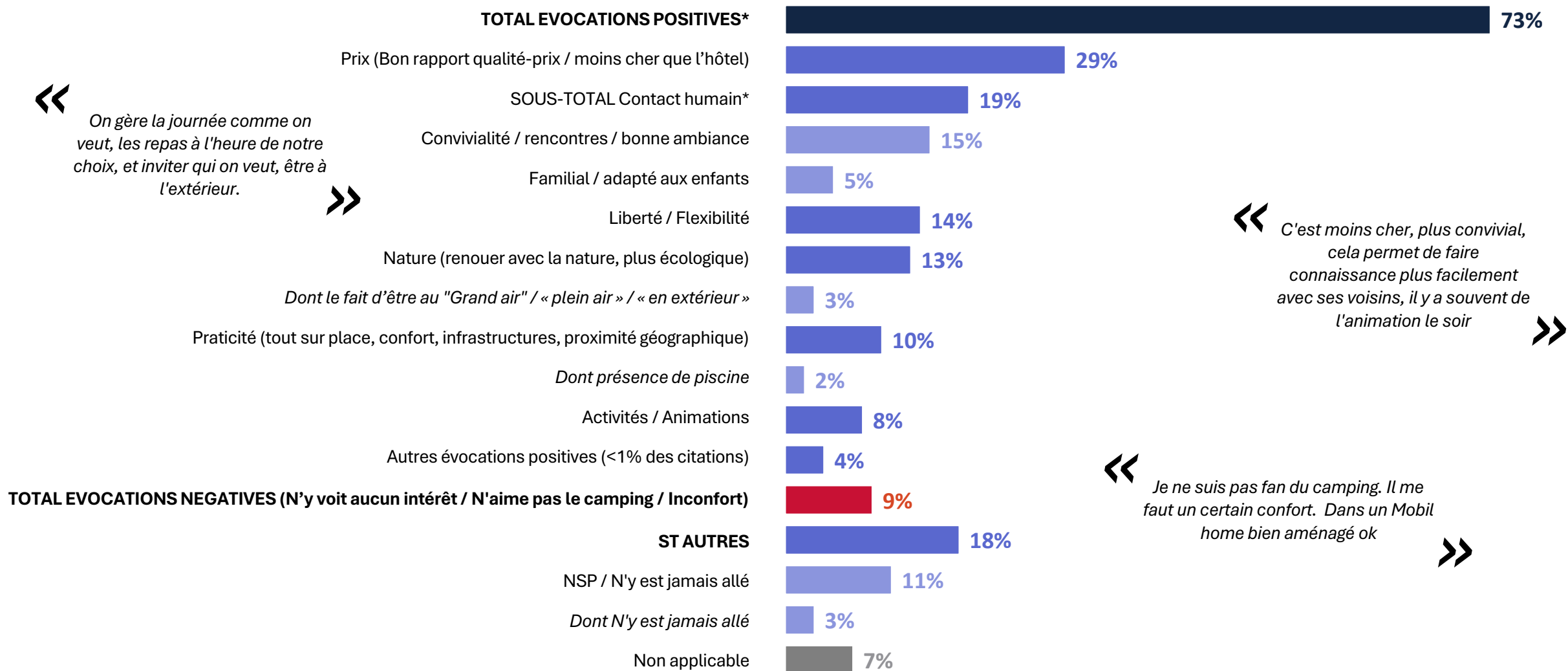
Les vacances en camping présentent plusieurs atouts :

1. Le camping permet de **se reconnecter à la nature**, de profiter de grands espaces **en plein air** et d'explorer des paysages magnifiques.
2. C'est une option idéale pour passer du temps **en famille ou entre amis**, avec une ambiance détendue et **conviviale**.
3. Le camping est souvent plus **économique** que d'autres types d'hébergements comme les hôtels ou les locations, ce qui permet de partir en vacances tout en maîtrisant son budget.
4. De nombreux campings proposent des **activités** pour tous les âges, comme des randonnées, des jeux en plein air, des activités sportives ou des soirées à thème.
5. En camping, tu choisis ton emploi du temps et tes activités, ce qui offre une grande **liberté** par rapport à d'autres types de vacances plus structurées.
6. Le camping invite à revenir à l'essentiel, à passer du temps sans distractions technologiques, et à profiter pleinement du moment présent.



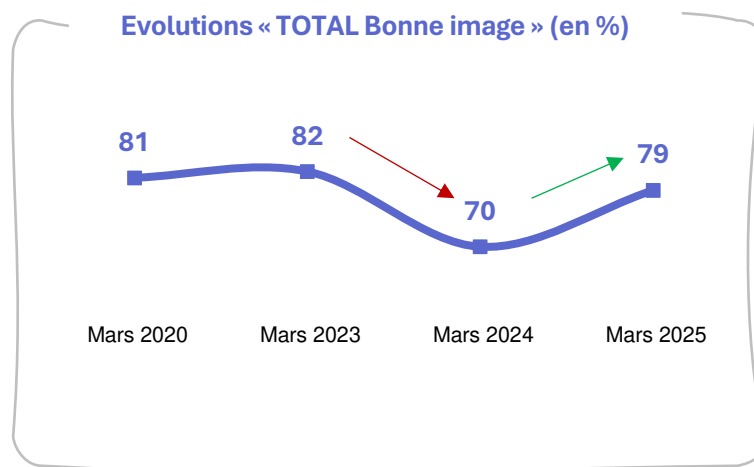
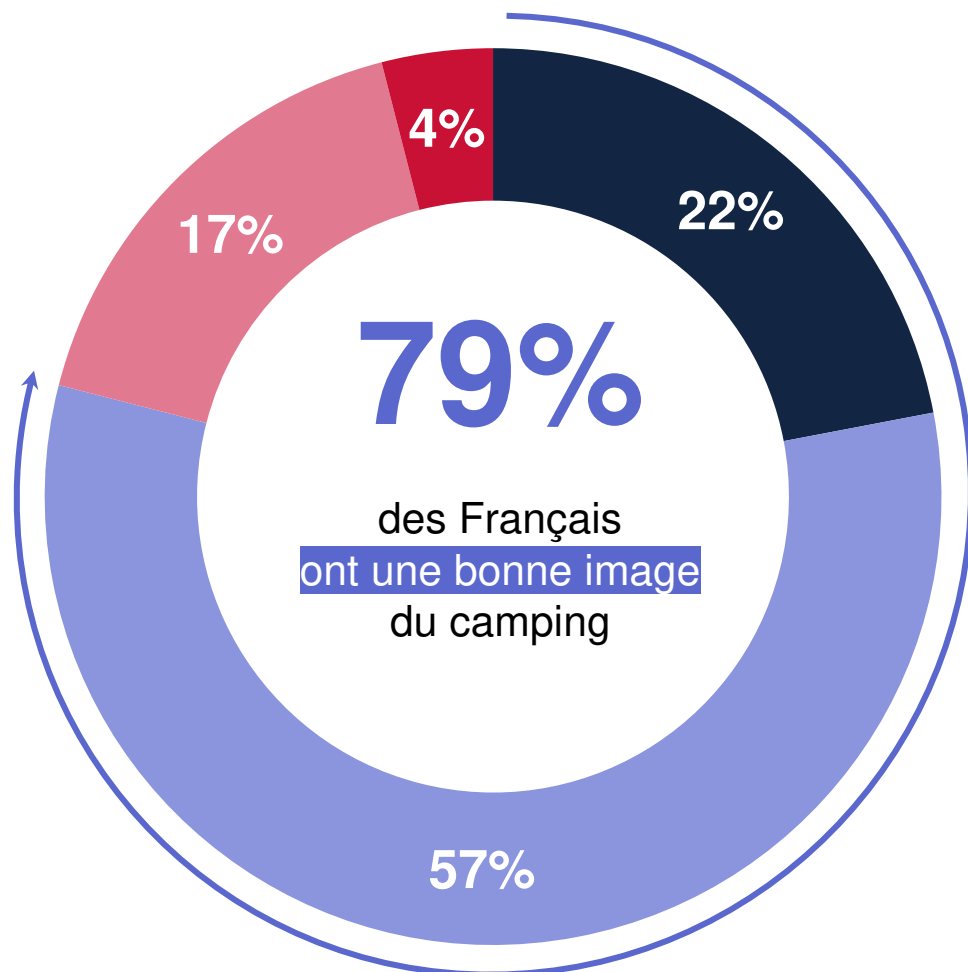
# Les atouts associés spontanément au camping - Détail des résultats

Question : Nous allons parler dans cette étude des vacances au camping. Selon vous, quels sont les atouts de ce mode d'hébergement par rapport aux autres expériences de vacances (location de maison, hôtel, village de vacances, etc.) ? Question ouverte, réponses non suggérées



# L'image globale du camping (1/2)

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



■ Très bonne image ■ Plutôt bonne image ■ Plutôt mauvaise image ■ Très mauvaise image

# L'image globale du camping (2/2) – Focus « très bonne image »

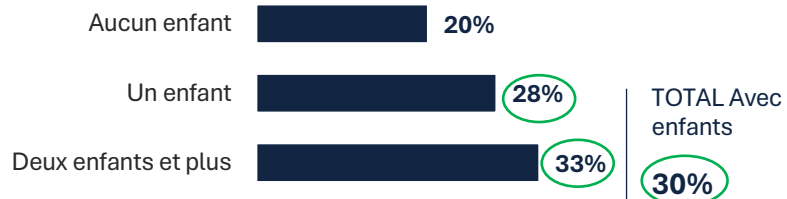
Question : Lorsque vous pensez au camping, diriez-vous que vous en avez une... ?

**Focus sur les Français qui ont une très bonne image du camping selon...**

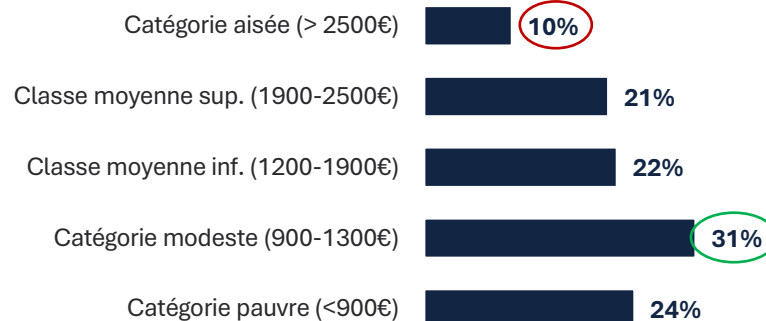
Moyenne  
Ensemble des Français

**22%**

## LA PRESENCE D'ENFANTS DE MOINS DE 14 ANS AU SEIN DU FOYER



## LE NIVEAU DE REVENU (Par mois et par pers. au foyer)



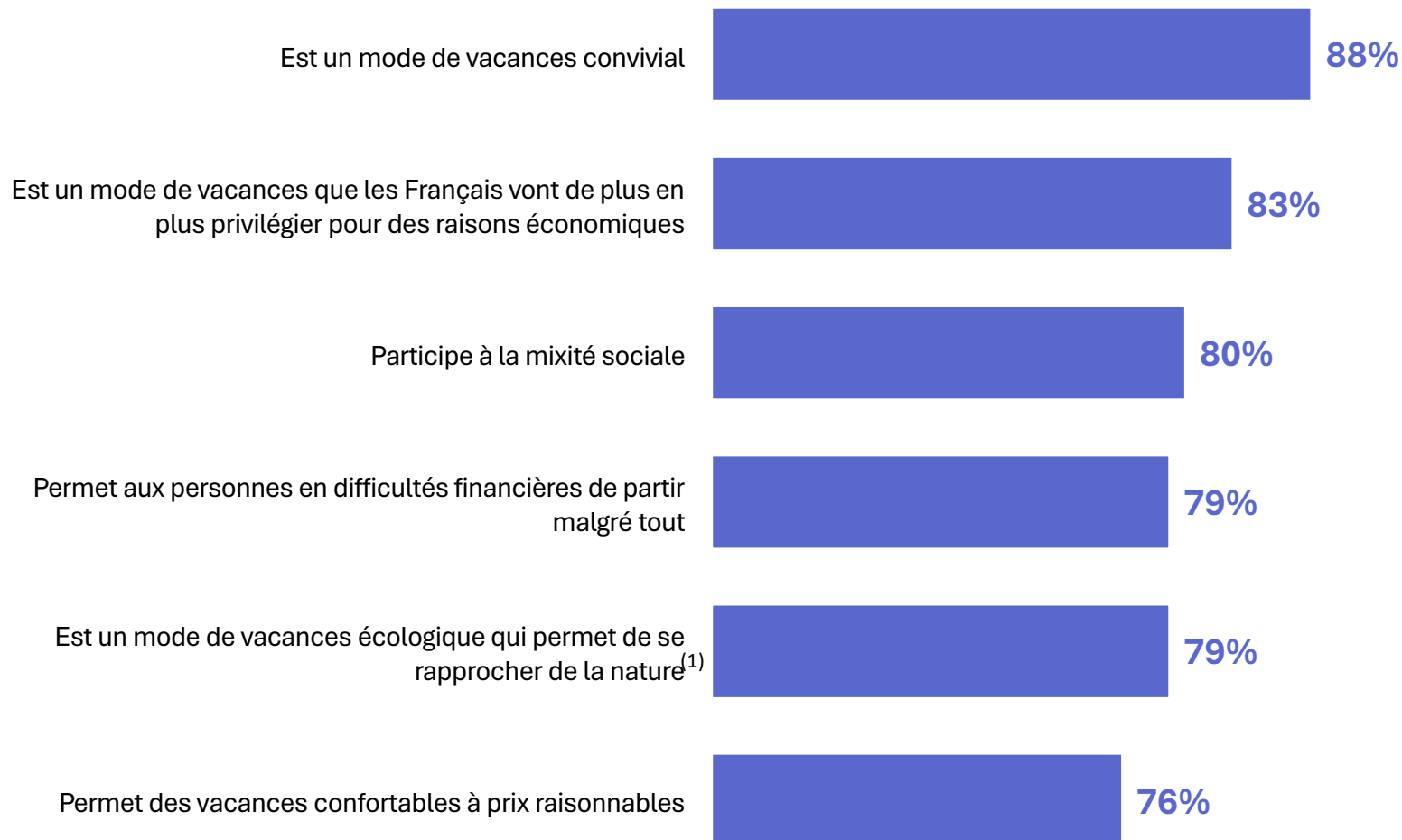
## LE FAIT D'AVOIR SEJOURNE EN CAMPING AU COURS DES 3 DERNIERES ANNEES



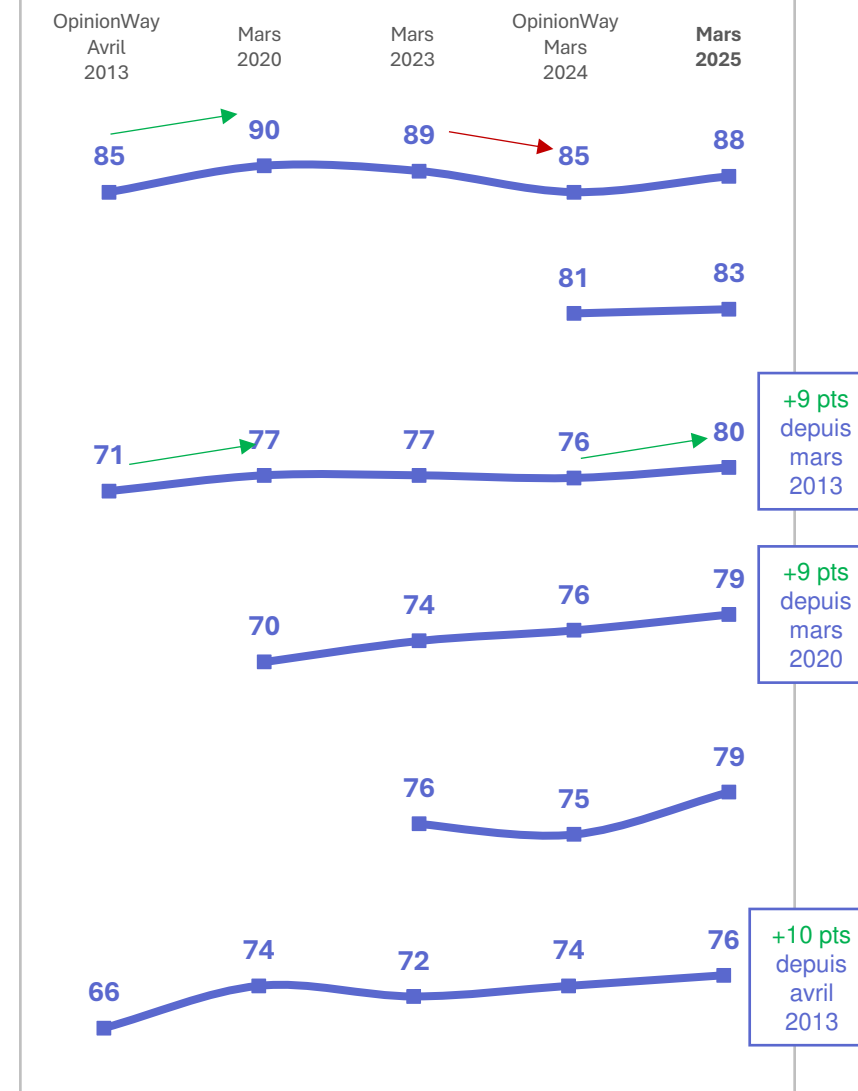
# L'image détaillée du camping (1/2) – Récapitulatif et évolution

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...

## Récapitulatif : TOTAL D'accord



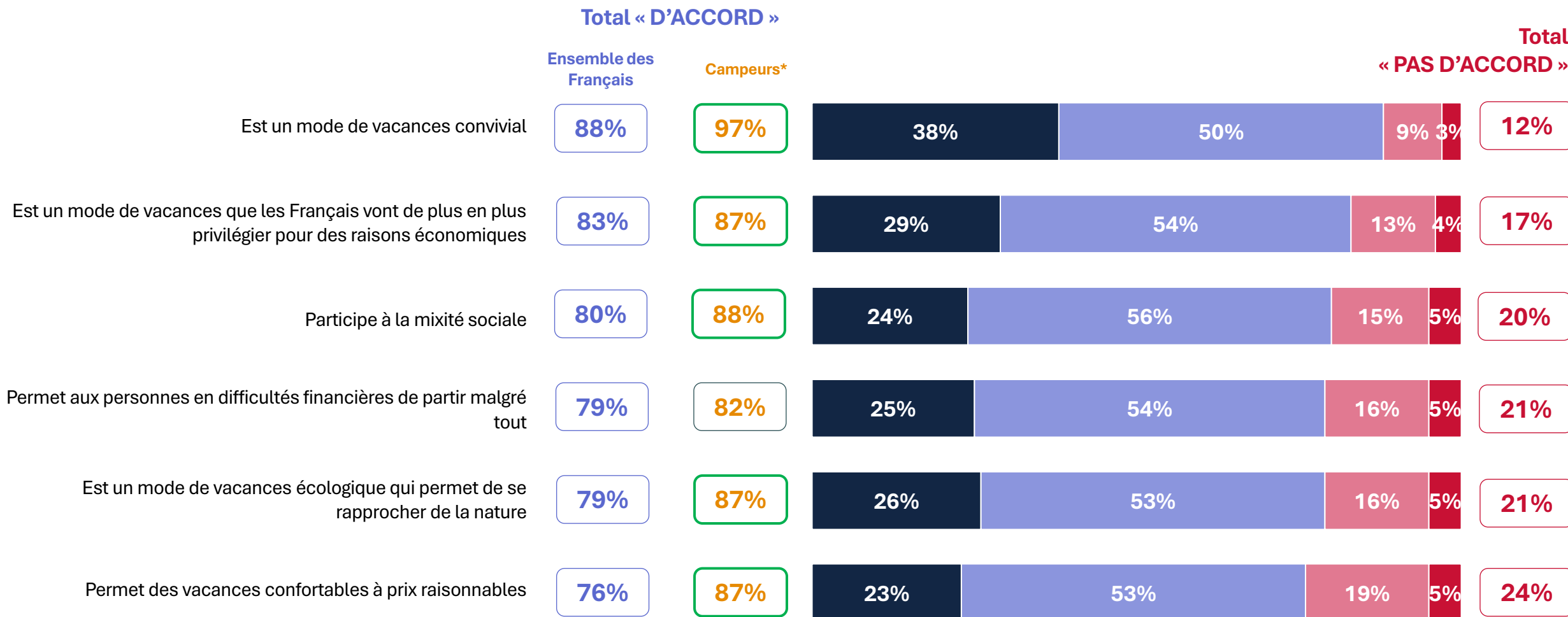
## Evolution « TOTAL d'accord » (en %)



(1) Avant mars 2023, cette proposition était divisée en deux items : « est un mode de vacances écologique » et « permet de se rapprocher de la nature ».

# L'image détaillée du camping (2/2) – Détail des résultats

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...



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

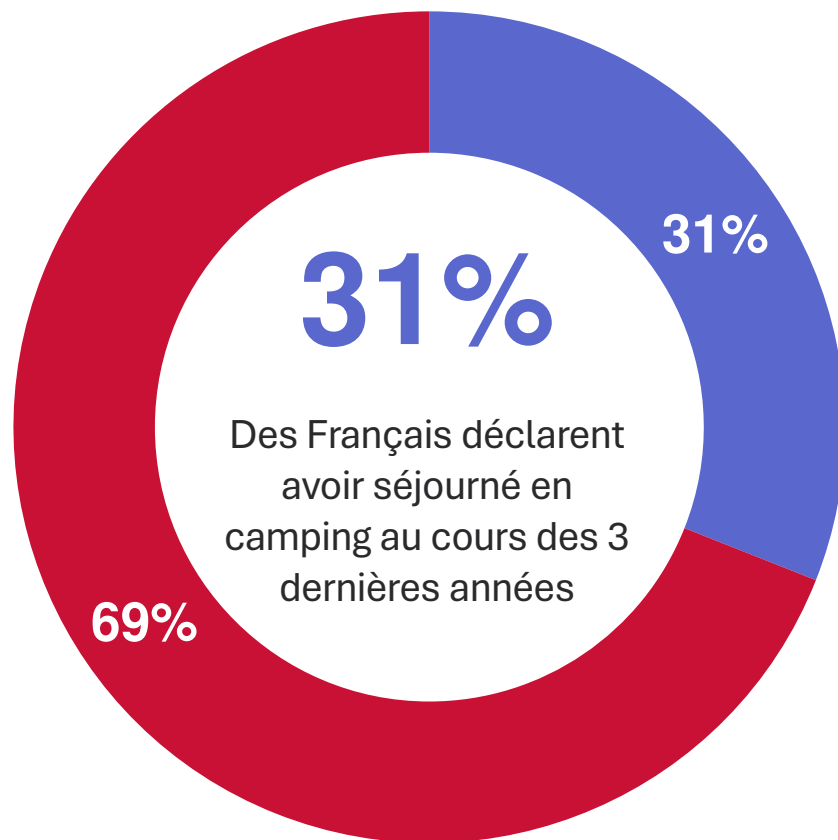


B

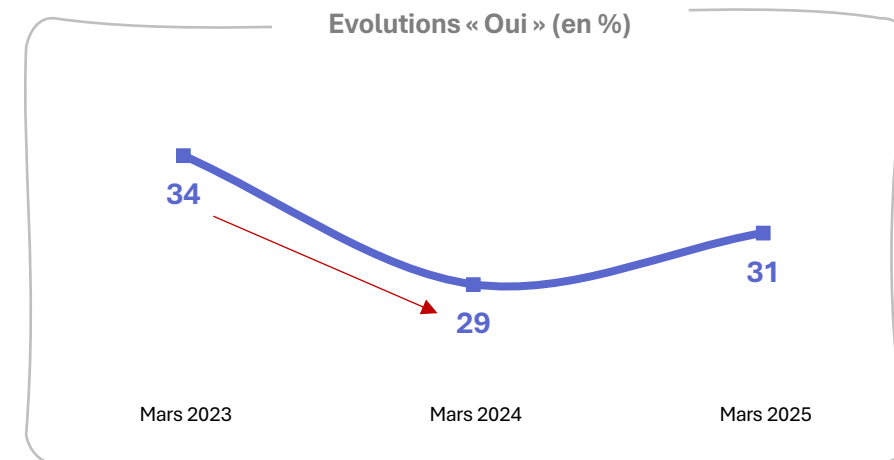
La pratique du camping

# L'expérience d'un séjour au camping au cours des trois dernières années (1/2)

Question : Au cours des trois dernières années, avez-vous séjourné en camping...?\*



■ Oui  
■ Non



Les rappels avant 2023 ne sont pas présentés dans la mesure où nous mesurons la part des Français ayant séjourné en camping au cours des 5 dernières années.

# L'expérience d'un séjour au camping au cours des trois dernières années (2/2)

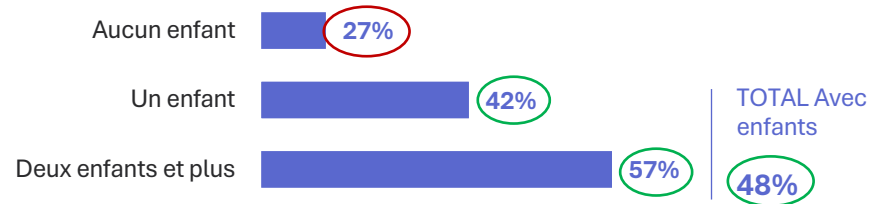
Question : Au cours des trois dernières années, avez-vous séjourné en camping...?

**Focus** sur les Français déclarant avoir  
séjourné en camping au cours des 3 dernières  
années selon ...

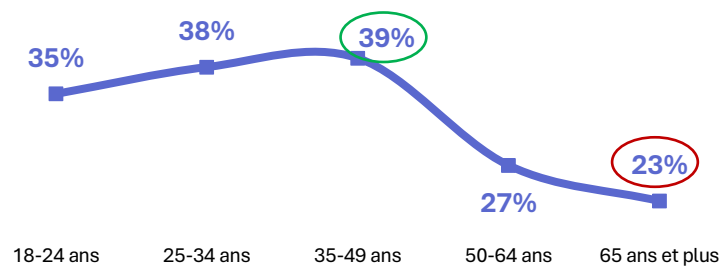
Moyenne  
Ensemble des Français

31%

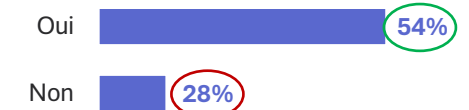
## LA PRESENCE D'ENFANTS DE MOINS DE 14 ANS AU SEIN DU FOYER



## L'AGE DE L'INTERVIEWE(E)



## LE FAIT DE BENEFICIER D'AIDE AU DEPART EN VACANCES



# L'expérience du camping au cours de sa jeunesse

Question : Voici quelques phrases sur le camping. Pour chacune d'entre elles, veuillez indiquer si elle vous correspond ou non.

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit **31%** de l'échantillon

Vous avez découvert le camping dans votre jeunesse en partant en vacances avec vos parents

59%

41%

Vous aviez recours à un autre mode de vacances par le passé, mais choisissez désormais le camping pour des raisons budgétaires

37%

63%

Vous avez découvert le camping dans votre jeunesse à l'occasion d'une colonie de vacances (ou classe verte)

36%

64%

Depuis votre jeunesse, vous partez exclusivement en camping

33%

67%

Dans votre jeunesse, vous ne partiez pas en vacances

31%

69%

**75%** des personnes interrogées ont découvert le camping au cours de leur jeunesse

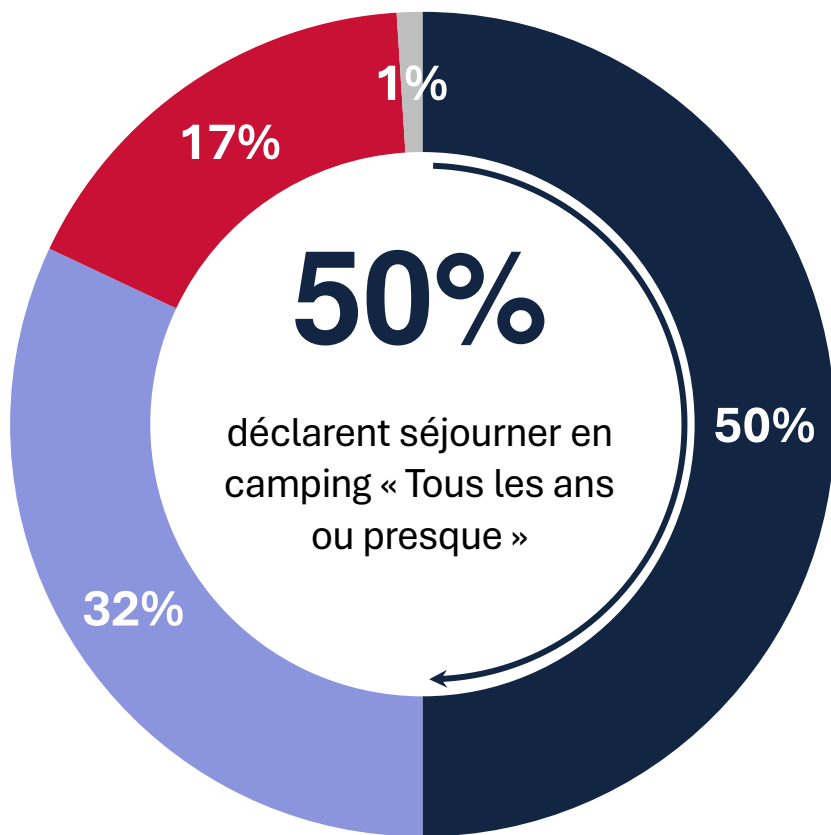
■ Oui

■ Non

# La fréquence des séjours en camping

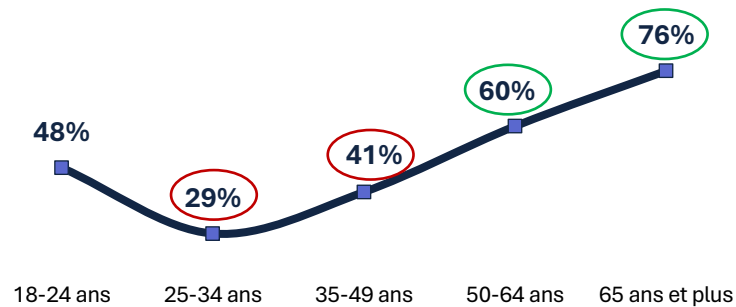
Question : A quelle fréquence passez-vous des vacances au camping ... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit **31%** de l'échantillon

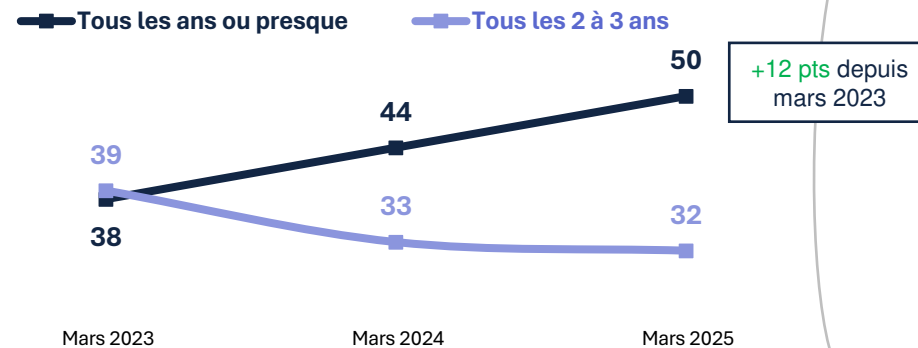


■ Tous les ans ou presque   ■ Tous les 2 à 3 ans   ■ Moins souvent   ■ Vous ne savez pas

## FOCUS SUR LES SONDES DECLARANT SEJOURNER EN CAMPING « TOUS LES ANS OU PRESQUE » SELON LEUR AGE

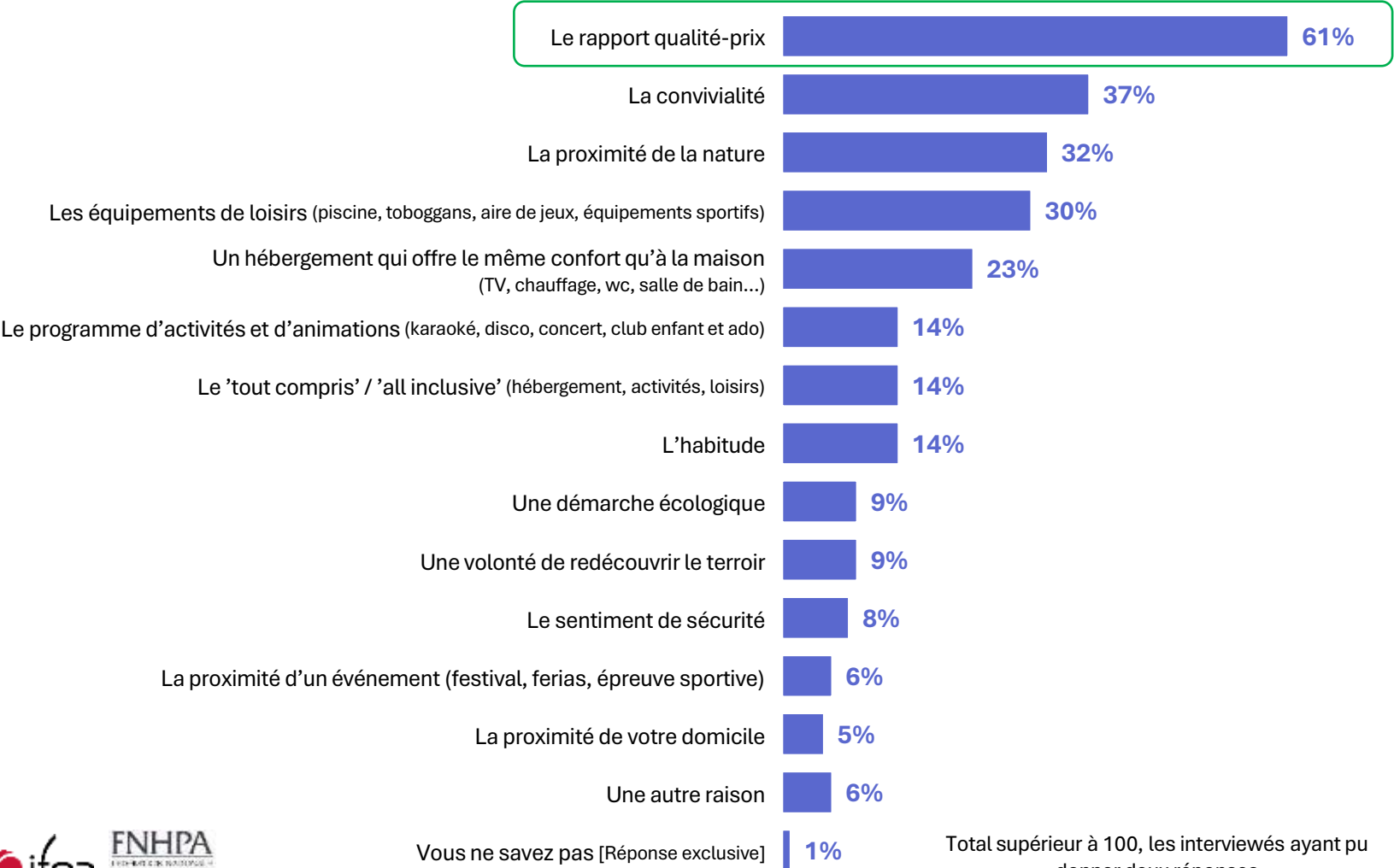


## Evolutions (en %)



# Les motivations principales à séjourner en camping

Question : Quelles sont les trois principales raisons qui vous font choisir le camping pour vos vacances ?  
Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit 31% de l'échantillon



Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses

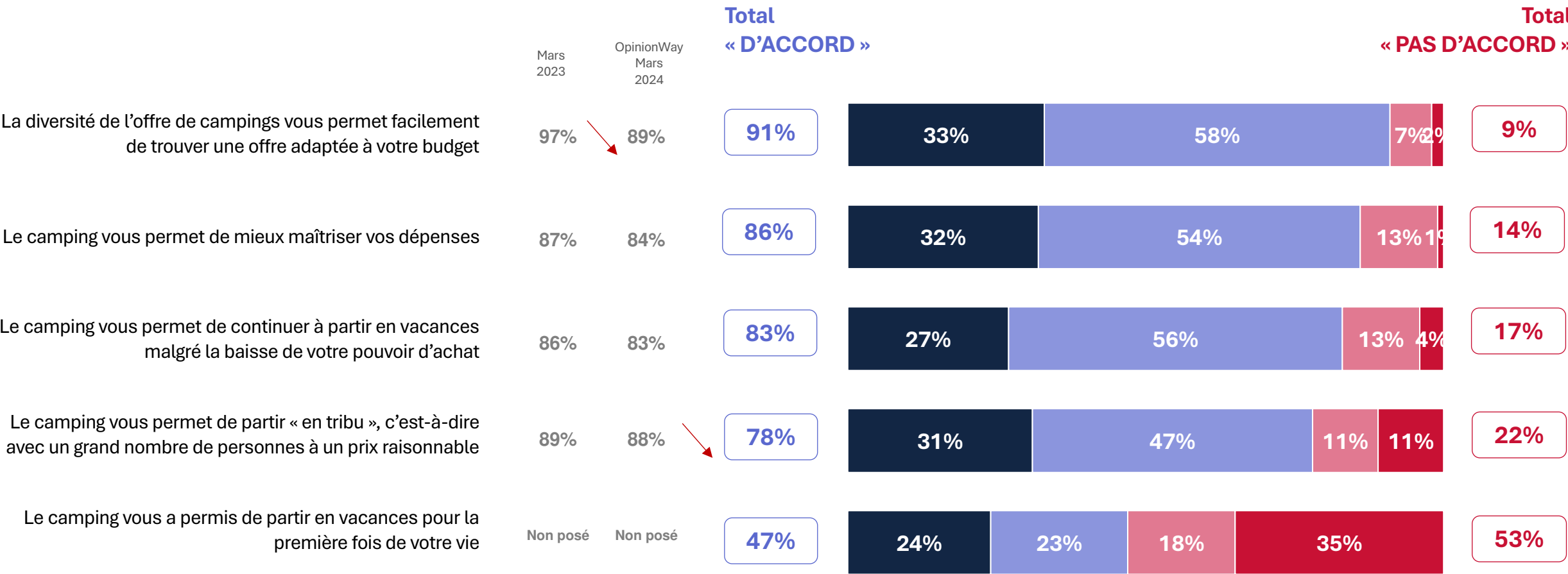
NB : la liste des items mis en concurrence (et le nombre de réponses possible) ayant évolué au fil des années, les rappels suivants sont présentés à titre **indicatif**.

| Evolutions (en %) depuis avril 2013 |           |           |           |                       |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|
| OpinionWay mars 2024                | Mars 2023 | Mars 2020 | Mars 2018 | OpinionWay avril 2013 |
| 46                                  | 61        | 49        | 57        | 57                    |
| 23                                  | 37        | 24        | 21        | 26                    |
| 27                                  | 37        | 18        | 23        | 21                    |
| 22                                  | 35        | 25        | NP        | NP                    |
| NP                                  | NP        | NP        | NP        | NP                    |
| 11                                  | 14        | 8         | NP        | NP                    |
| 13                                  | 15        | 11        | 12        | 15                    |
| 9                                   | 13        | 7         | 7         | 7                     |
| 6                                   | 10        | 4         | 5         | 3                     |
| NP                                  | 12        | NP        | NP        | NP                    |
| 5                                   | 6         | NP        | NP        | NP                    |
| 6                                   | 9         | 7         | 6         | 8                     |
| 4                                   | 4         | NP        | NP        | NP                    |
| 3                                   | 4         | 5         | 2         | 4                     |
| NP                                  | -         | 1         | 1         | 1                     |

# L'adhésion à différentes affirmations relatives aux aspects budgétaires liés au camping

Question : Voici différentes affirmations relatives aux aspects budgétaires liés au camping. Pour chacune de ces affirmations, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout.

Base : Aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années et qui le font (en partie) pour le « rapport qualité-prix », soit 19% de l'échantillon



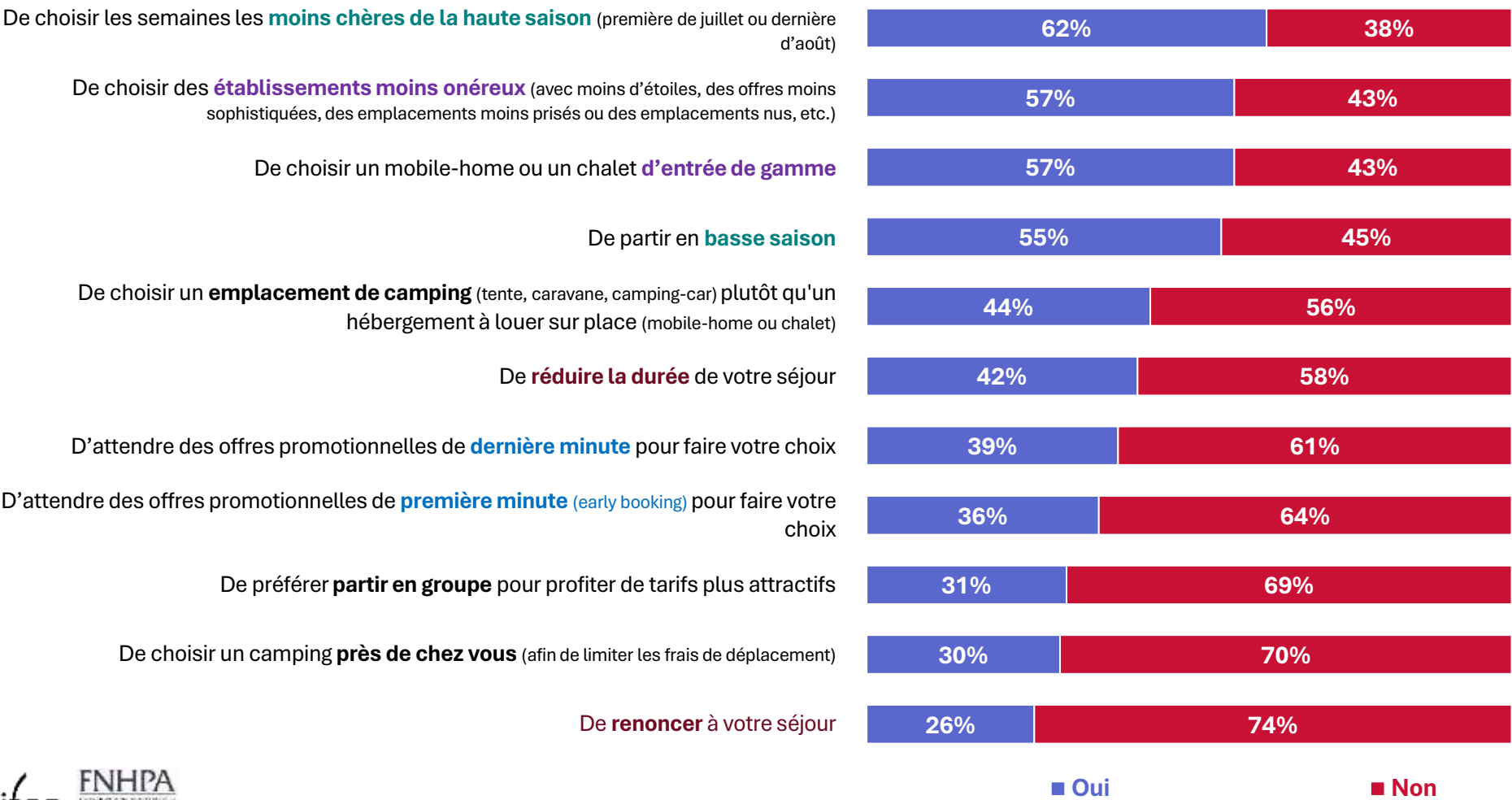
■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

# L'adoption de différentes stratégies pour pouvoir financer son séjour en camping (1/2)

## - Ensemble

Question : Pour des raisons financières, vous est-il déjà arrivé pour vos vacances au camping ... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit 31% de l'échantillon



### - Récapitulatif -

**90%** des répondants ont adopté au moins une des stratégies.

% de personnes ayant adopté le type de stratégie suivant :

Concessions sur la qualité du séjour **74%**

Flexibilité sur les dates **72%**

Stratégies promotionnelles **48%**

Renoncement à (une partie) du séjour **47%**

# L'adoption de différentes stratégies pour pouvoir financer son séjour en camping (2/2)

## – Comparatif selon la présence d'enfants et le revenu

Question : Pour des raisons financières, vous est-il déjà arrivé pour vos vacances au camping ... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit 31% de l'échantillon

|                                                                                                                                                                        | Réponses :<br>Oui | MOYENNE<br>(en %) | Types de stratégie adoptées (en %) selon...                  |                      |                                        |                                         |                                         |                              |                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------|--------------------------|
|                                                                                                                                                                        |                   |                   | LA PRESENCE D'ENFANTS<br>DE MOINS DE 14 ANS DANS LE<br>FOYER |                      | LE REVENU MENSUEL (par pers. au foyer) |                                         |                                         |                              |                          |
|                                                                                                                                                                        |                   |                   | Aucun enfant                                                 | TOTAL Avec<br>enfant | Cat. aisée<br>(> 2 500 €)              | Classe<br>moyenne sup.<br>(1900-2500 €) | Classe<br>moyenne inf.<br>(1300-1900 €) | Cat. modeste<br>(900-1300 €) | Cat. pauvre<br>(< 900 €) |
| De choisir les semaines les <b>moins chères de la haute saison</b> (première de juillet ou dernière d'août)                                                            |                   | 62                | 60                                                           | 67                   | 45                                     | 58                                      | 64                                      | 61                           | 72                       |
| De choisir des <b>établissements moins onéreux</b> (avec moins d'étoiles, des offres moins sophistiquées, des emplacements moins prisés ou des emplacements nus, etc.) |                   | 57                | 56                                                           | 59                   | 43                                     | 46                                      | 62                                      | 56                           | 66                       |
| De choisir un mobile-home ou un chalet <b>d'entrée de gamme</b>                                                                                                        |                   | 57                | 53                                                           | 64                   | 35                                     | 54                                      | 59                                      | 53                           | 69                       |
| De partir en <b>basse saison</b>                                                                                                                                       |                   | 55                | 59                                                           | 49                   | 49                                     | 58                                      | 62                                      | 39                           | 64                       |
| De choisir un <b>emplacement de camping</b> (tente, caravane, camping-car) plutôt qu'un hébergement à louer sur place (mobile-home ou chalet)                          |                   | 44                | 44                                                           | 45                   | 35                                     | 39                                      | 43                                      | 44                           | 58                       |
| De <b>réduire la durée</b> de votre séjour                                                                                                                             |                   | 42                | 37                                                           | 53                   | 24                                     | 31                                      | 43                                      | 50                           | 53                       |
| D'attendre des offres promotionnelles de <b>dernière minute</b> pour faire votre choix                                                                                 |                   | 39                | 33                                                           | 50                   | 30                                     | 34                                      | 41                                      | 37                           | 42                       |
| D'attendre des offres promotionnelles de <b>première minute</b> (early booking) pour faire votre choix                                                                 |                   | 36                | 30                                                           | 48                   | 26                                     | 31                                      | 37                                      | 38                           | 49                       |
| De préférer <b>partir en groupe</b> pour profiter de tarifs plus attractifs                                                                                            |                   | 31                | 28                                                           | 37                   | 24                                     | 23                                      | 33                                      | 25                           | 44                       |
| De choisir un camping <b>près de chez vous</b> (afin de limiter les frais de déplacement)                                                                              |                   | 30                | 26                                                           | 38                   | 23                                     | 12                                      | 31                                      | 38                           | 42                       |
| De <b>renoncer</b> à votre séjour                                                                                                                                      |                   | 26                | 20                                                           | 38                   | 19                                     | 13                                      | 20                                      | 35                           | 42                       |

A photograph of two cyclists from behind, looking out over a vast mountain valley. The cyclist on the left wears a blue helmet and a yellow jacket, while the one on the right wears an orange helmet and a green jacket. They are both wearing backpacks. The landscape features rolling green hills, dense forests, and a prominent, rugged mountain peak in the distance under a blue sky with scattered white clouds. The image is framed by semi-transparent red circular overlays on the left and right sides.

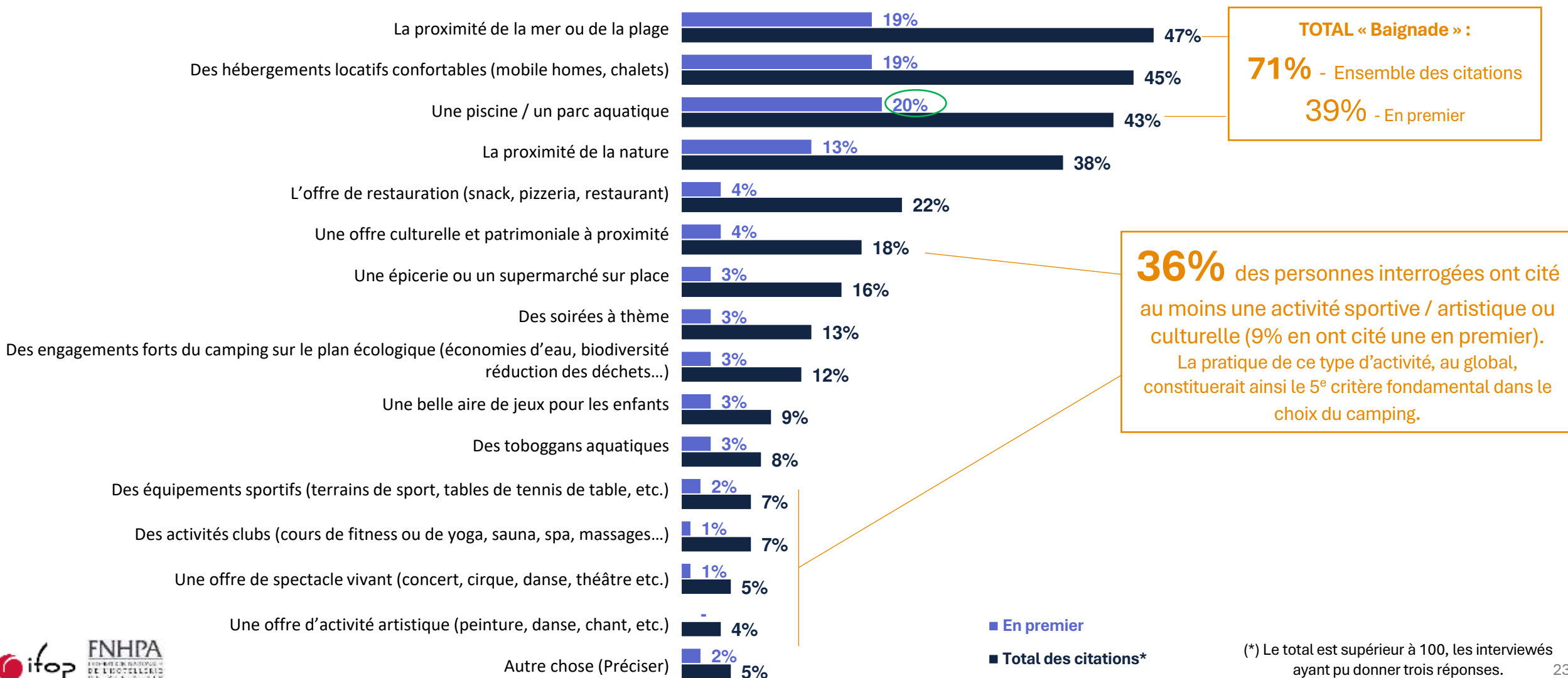
C

La place des loisirs au  
camping

# Les critères fondamentaux dans le choix du camping

Question : Parmi ces divers éléments, quels sont ceux qui sont indispensables pour vous lors d'un séjour dans un camping ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit **31%** de l'échantillon

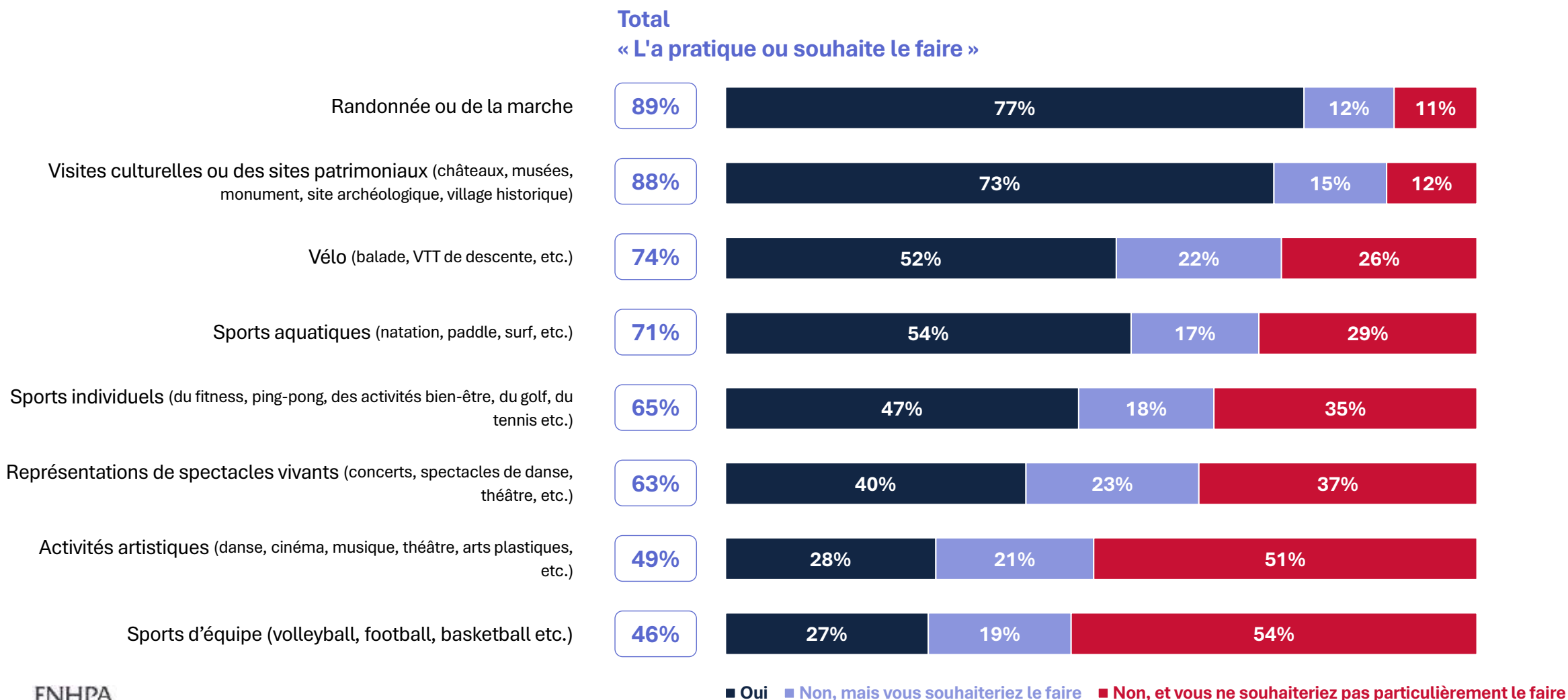


(\*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner trois réponses.

# La participation à différentes activités lors de son séjour en camping (1/2)

Question : Pendant vos vacances en camping, vous arrive-t-il de pratiquer une des activités sportives suivantes... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit **31%** de l'échantillon



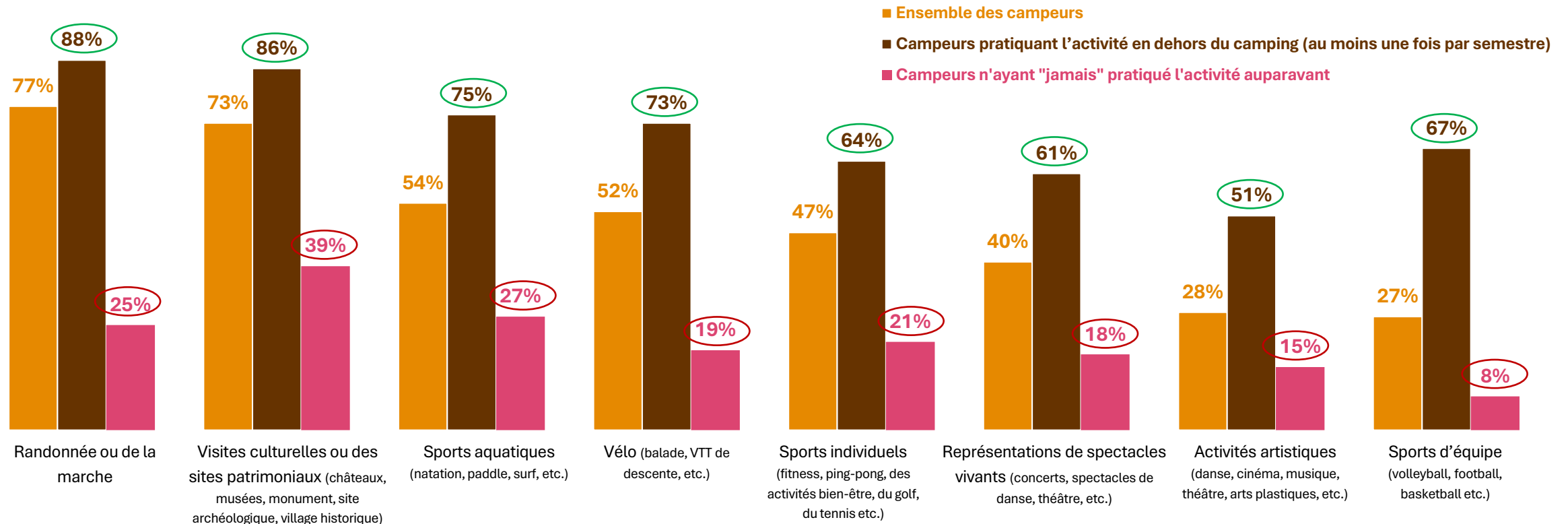
# La participation à différentes activités lors de son séjour en camping (2/2)

## – Comparatif lorsque l'activité est pratiquée hors camping ou non

Question : Pendant vos vacances en camping, vous arrive-t-il de pratiquer une des activités sportives suivantes... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit 31% de l'échantillon et parmi eux, celles qui pratiquaient déjà cette activité spécifique hors camping (au moins une fois par semestre)

**Comparatif de l'ensemble campeurs ayant répondu « Oui », ceux qui pratiquent déjà l'activité chez eux / hors camping, et ceux qui ne l'avaient jamais pratiquée auparavant**

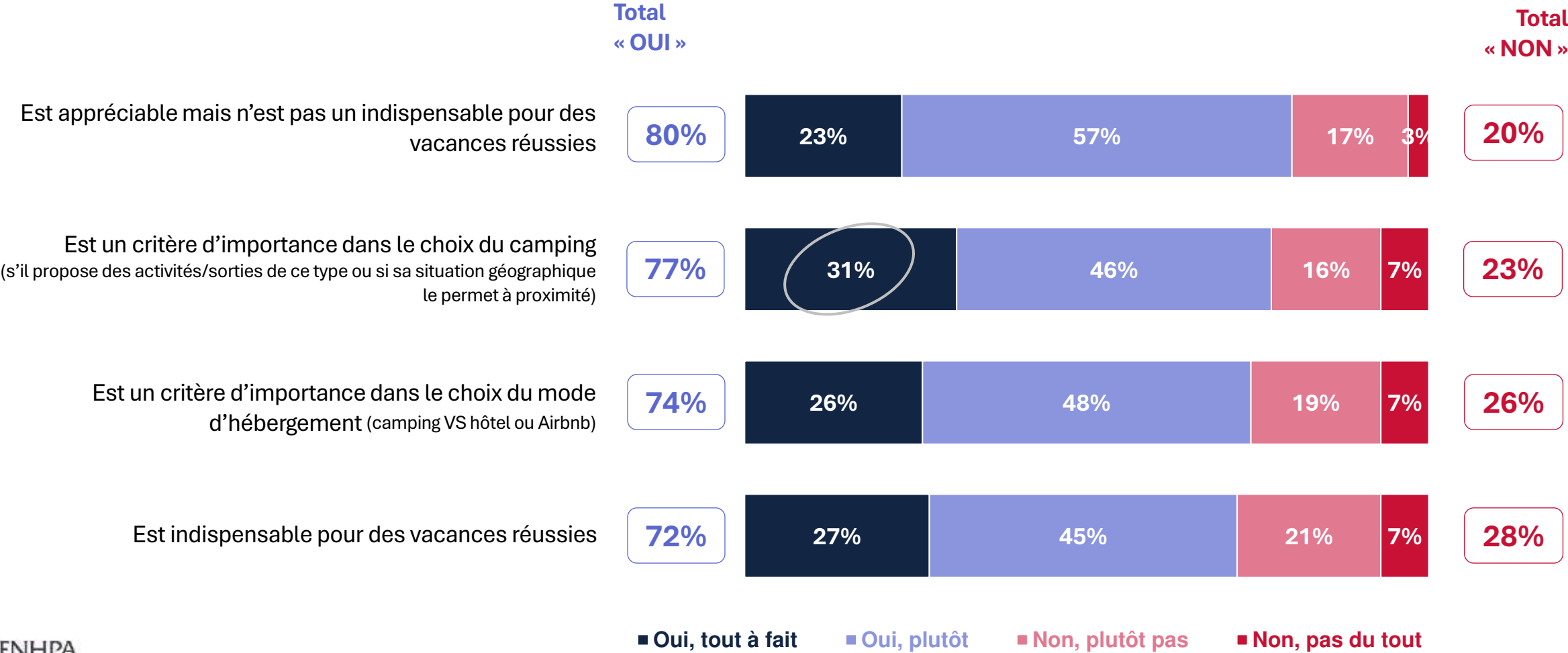


**91% des campeurs** ont pratiqué au moins une de ces activités au camping et  
**37% ont testé une activité au camping qu'ils ne réalisent pas chez eux.**

# L'importance accordée aux activités proposées dans le cadre d'un séjour en camping (1/2)

Question : Et diriez-vous que la pratique de ces activités lors de vos vacances au camping... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années et qui ont pratiqué au moins une des activités, soit 29% de l'échantillon



# L'importance accordée aux activités proposées dans le cadre d'un séjour en camping (2/2)

Question : Et diriez-vous que la pratique de ces activités lors de vos vacances au camping... ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années et qui ont pratiqué au moins une des activités, soit 29% de l'échantillon

Moyenne des sondés (TOTAL Oui)

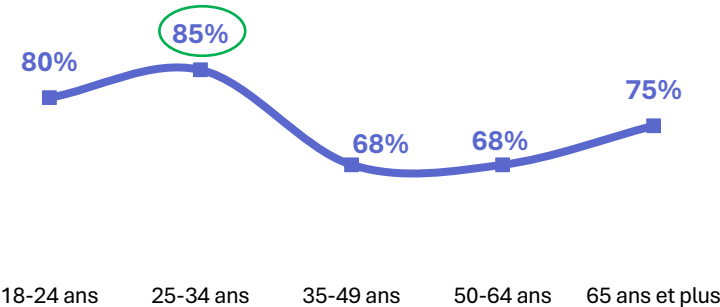
74%

Focus sur les campeurs ayant répondu que la pratique de ces activités est un critère d'importance (« TOTAL Oui ») dans le choix du mode d'hébergement

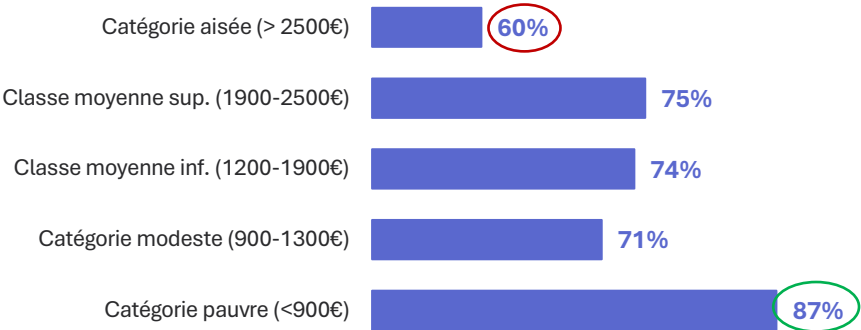
LA PRESENCE D'ENFANTS  
DE MOINS DE 14 ANS AU SEIN DU FOYER



L'AGE DE L'INTERVIEWE(E)



LE NIVEAU DE REVENU  
(Par mois et par pers. au foyer)

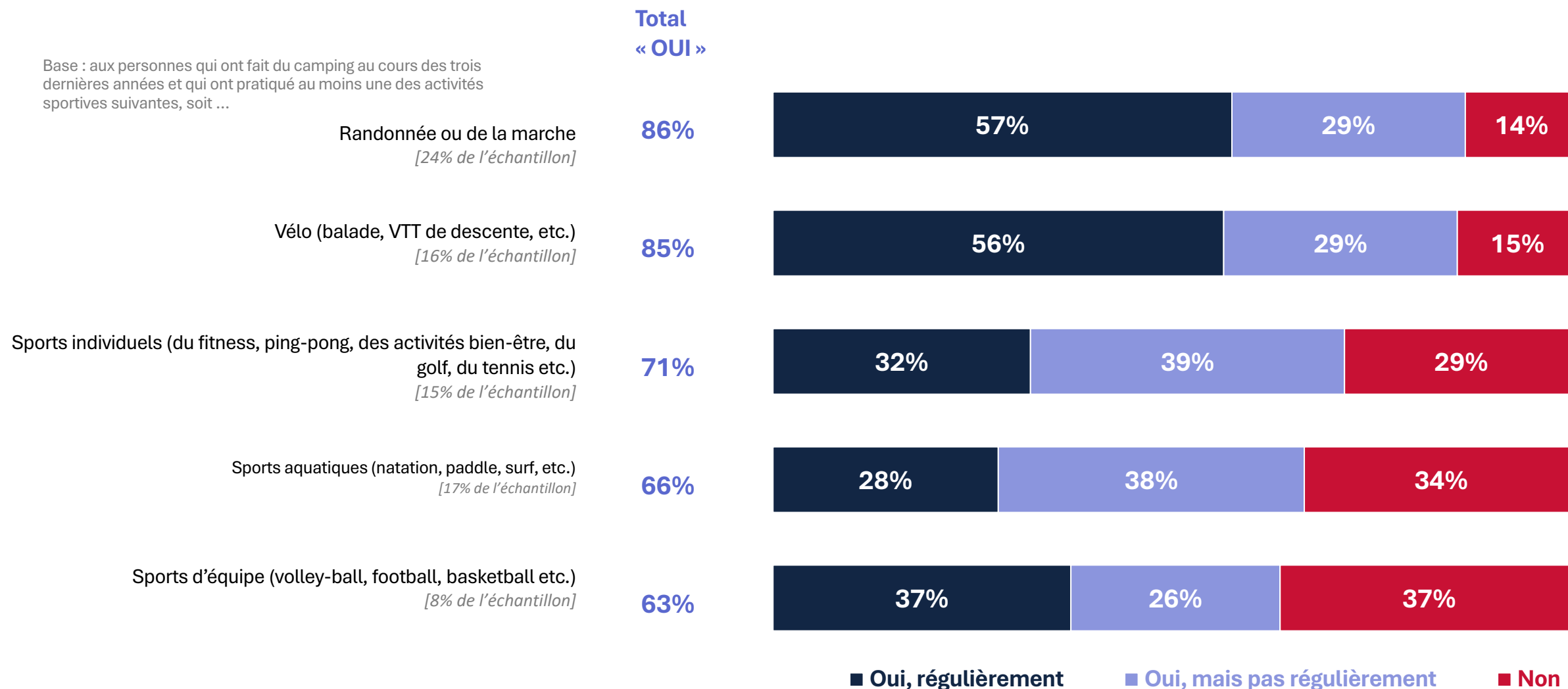


# L'intégration d'activité(s) sportive(s) pratiquée(s) au camping à son quotidien (1/2)

## – Détail des résultats

Question : S'agissant du sport, avez-vous poursuivi cette activité chez vous, après l'avoir pratiquée au camping ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années et qui ont pratiqué au moins une des activités sportives suivantes, soit ...



\*Exemple de lecture : 56% des campeurs ayant pratiqué le vélo pendant leur séjour l'ont intégré à leur vie de façon régulière.

# L'intégration d'activité(s) sportive(s) pratiquée(s) au camping à son quotidien (2/2)

## – Récapitulatif

Question : S'agissant du sport, avez-vous poursuivi cette activité chez vous, après l'avoir pratiquée au camping ?

Base : aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années et qui ont pratiqué au moins une des activités sportives suivantes, soit ...

|                                                                                                                                  | TOTAL<br>« Oui » | TOTAL « Oui »<br>Focus sur les campeurs<br>qui n'avaient « jamais »<br>pratiqué ce sport* |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Randonnée ou de la marche<br><i>[24% de l'échantillon]</i>                                                                       | 86%              | 50%**                                                                                     |
| Vélo (balade, VTT de descente, etc.)<br><i>[16% de l'échantillon]</i>                                                            | 85%              | 60%**                                                                                     |
| Sports individuels (du fitness, ping-pong, des activités<br>bien-être, du golf, du tennis etc.)<br><i>[15% de l'échantillon]</i> | 71%              | 45%                                                                                       |
| Sports aquatiques (natation, paddle, surf, etc.)<br><i>[17% de l'échantillon]</i>                                                | 66%              | 50%                                                                                       |
| Sports d'équipe (volley-ball, football, basketball etc.)<br><i>[8% de l'échantillon]</i>                                         | 63%              | 33%**                                                                                     |

### – RÉCAPITULATIF –

**86%** des campeurs ont pratiqué au moins une des activités sportives.  
Parmi eux, **89%** ont poursuivi un des sports pratiqués au camping.  
**65%** le pratiquent de façon régulière.  
Parmi ceux qui ont découvert un (ou plusieurs) sport au camping  
(n'en faisaient « jamais » auparavant), **54%** l'ont intégré à leur vie.  
**17%** en ont fait une pratique régulière.

\*Attention : les effectifs par items étant faible, les résultats sont à interpréter avec prudence

\*\*Moins de 30 personnes interrogées



03

Les principaux  
enseignements

## 1. Synonyme de convivialité et de juste rapport qualité-prix, le camping séduit 8 Français sur 10

L'image globale des Français vis-à-vis du camping est largement positive : près de **8 Français sur 10 en ont une bonne image** (79%) en 2025, et près d'un quart en ont même une très bonne image (22%).

Les plus enthousiastes sont, assez logiquement, les sondés qui choisissent ce type d'hébergement pour leurs vacances (42% de ceux qui ont séjourné en camping au cours des 3 dernières années en ont une très bonne image vs 13% de ceux qui n'ont pas fait ce choix) et, corollairement, les segments de population qui se retrouvent le plus dans la clientèle des campings, à savoir les **parents d'enfants** de moins de 14 ans (30% en moyenne vs 20% des personnes sans enfant au sein de leur foyer), et les **catégories modestes** (31% VS 10% des catégories aisées).

**Les atouts du camping sont multiples aux yeux des Français**, mais peuvent se résumer autour de deux idées majeures :

1. **Son rapport qualité-prix**, identifié spontanément comme le premier avantage par 29% des répondants. Les Français sont d'ailleurs très largement d'avis (adhésion autour de 80%) que le camping permet aux personnes en difficultés financières de partir en vacances malgré tout (79%), qu'il participe à la mixité sociale (80%) ou encore permet des vacances confortables à prix raisonnables (76%) ; des opinions qui n'ont jamais été aussi partagées qu'en 2025 : respectivement +9 points (par rapport à 2020) et +9 points (par rapport à 2013), +10 points (par rapport à 2013). De telle sorte que, dans le contexte actuel de tension sur le pouvoir d'achat, 83% considèrent que ce mode de vacances va être de plus en plus privilégié pour des raisons économiques (83%).
2. **Sa convivialité**, identifiée spontanément comme le deuxième avantage par 19% des répondants (bonne ambiance, rencontres, cadre familial). Ainsi, en assisté, près de 9 Français sur 10, qu'ils soient campeurs ou non, adhèrent à l'idée que c'est « un mode de vacances convivial » (88%, 38% en étant convaincus).

Le sentiment de liberté ainsi que le lien particulier avec la nature sont aussi associés au camping : 8 sur 10 voient dans le camping un moyen de se rapprocher avec la nature (79%).

# Les principaux enseignements

(2/4)

## 2. La pratique du camping est le plus souvent une expérience familiale

Au cours des trois dernières années, **31% des Français ont choisi le camping** comme mode de vacances – une proportion en ligne avec celles mesurées les années passées.

**C'est chez les parents, notamment les parents de famille nombreuse que l'on retrouve le plus de campeurs** (57% des personnes ayant au moins 2 enfants de moins de 14 ans au sein de leur foyer vs 27% des personnes sans enfant – soit plus du double) ainsi qu'au sein des personnes en âge d'avoir des enfants (39% des 35-49 ans vs 23% des 65 ans et plus). **Les seniors sont toutefois des campeurs plus assidus** : 76% des 65 ans et plus vont au camping tous les ans ou presque vs 29% des 29-34 ans).

**L'expérience semble par ailleurs se transmettre d'une génération à l'autre** : 75% des campeurs interrogés ont découvert cet hébergement dans leur jeunesse, le plus souvent en partant en vacances avec leurs parents (59%) et dans une moindre mesure en colonie de vacances (36%).

## 3. Le camping répond aux contraintes financières des vacanciers

Déjà identifié comme un atout par l'ensemble des Français, **le rapport qualité-prix du camping constitue, pour 61% des campeurs, la raison première de leur choix**. La convivialité et la proximité avec la nature sont aussi mentionnées, mais apparaissent en arrière-plan sur le podium (citées respectivement par 37% et 32% des répondants).

Ceux qui cherchent l'intérêt économique du camping y parviennent au travers de la diversité des offres pouvant être adaptées au budget (91%) et permettant une meilleure maîtrise des dépenses (86%). De telle sorte que **pour 83% d'entre eux, ce mode d'hébergement leur permet de continuer à partir en vacances malgré la baisse de leur pouvoir d'achat**. Plus frappant encore, dans un contexte où 31% des campeurs interrogés déclarent ne pas être partis en vacances dans leur jeunesse, près de la moitié affirme que le camping leur a permis de partir en vacances pour la première fois de leur vie (47%, 65% des bénéficiaires d'aide au départ en vacances).

**Près de 9 campeurs sur 10 ont déjà adopté en parallèle des stratégies pour réussir à partir malgré tout. Le plus souvent, il s'agit de concessions soit sur le confort (74%)** – en acceptant un hébergement d'entrée de gamme, en privilégiant un emplacement plutôt qu'un hébergement en dur -, **soit sur les dates de vacances (72%)** ; une preuve donc que l'offre du camping peut en effet s'adapter à tous les budgets, comme le pensent quasiment tous les campeurs (91%).

Près de la moitié d'entre eux ont tout de même déjà reconsidéré soit la durée de leur séjour soit sa mise en œuvre (47%). Les parents, notamment, adoptent plus volontiers des stratégies plus radicales : 53% réduisent la durée de leur séjour (vs 37% de ceux qui n'ont pas d'enfant), 38% renoncent à leur séjour (vs 20%).

## 4. Au-delà du prix, la présence d'activités sportives, culturelles et artistiques impacte le choix des vacanciers et contribue à la réussite d'un séjour

Le choix entre différents types d'offres de séjour en camping dépend de plusieurs critères, dont certains plus communs que d'autres : il est important pour près d'un campeur sur deux que le camping soit **proche de la mer ou de la plage** (47%), que les hébergements soient **confortables** (45%) et que le lieu dispose d'une **piscine ou d'un parc aquatique** (43%). Prise de manière individuelle, la pratique **d'activités sportives, artistiques ou culturelles** n'apparaît pas comme fondamentale (ex : 7% souhaitent que l'hébergement comprenne des équipements sportifs, 5% du spectacle vivant, etc.). Néanmoins, si l'on considère ces activités dans leur ensemble, leur accès constitue une attente pour **36% des campeurs** – ce qui placerait de fait cette offre en **5ème position**, juste derrière la proximité avec la nature (pour ceux qui bénéficient d'une aide financière pour partir en vacances, il s'agit du critère numéro 1 - cité par 45% VS 33% des non-bénéficiaires).

Et pour cause, les activités sont **pratiquées par quasiment tous les campeurs** (91% pratiquant au moins une des activités suggérées). **La randonnée arrive en tête** (77% la pratiquent, et 12% voudraient le faire), **suivie de près par les visites culturelles ou de sites patrimoniaux** (respectivement 73% et 15%). Parmi les activités moins courantes, on trouve les arts comme la danse, le cinéma, la musique (28% s'y sont tout de même déjà essayés au camping), et les sports d'équipe (27% ont déjà fait du volleyball / football, etc.) qui sont davantage prisés par ceux qui ont déjà adopté ce type de loisir chez eux. Pour près des trois quarts des campeurs qui participent à des loisirs au camping, cette opportunité apparaît **indispensable pour des vacances réussies** (72%) et **joue même un rôle dans le choix entre différents campings** (77%, dont 31% qui en sont convaincus). Les campeurs **les plus modestes** sont particulièrement sensibles à ce type d'offre : 87% des personnes gagnant moins de 900€ par mois en font un critère de choix de mode d'hébergement (camping vs hôtel ou Airbnb), contre 74% en moyenne et 60% des campeurs les plus aisés. Les parents sont également 81% à partager ce point de vue (vs 70% de ceux qui n'ont pas d'enfant au sein de leur foyer).

**Le camping constitue une véritable porte d'entrée vers de nouveaux loisirs** : plus d'un tiers des campeurs ont ainsi pratiqué une activité (culturelle ou sportive) qu'ils ne réalisent pas chez eux (37%). C'est particulièrement vrai pour les visites culturelles, la randonnée et les sports aquatiques.

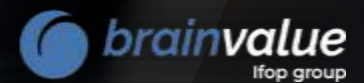
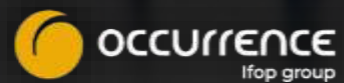
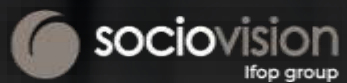
**S'agissant des pratiques sportives spécifiquement, pratiquées en camping par 86% des campeurs, leur pratique se prolonge presque systématiquement après le retour des vacances** : 9 campeurs sur 10 ayant fait un sport lors de leur séjour l'ont poursuivi ensuite (89%), dont 65% à un rythme soutenu. C'est également vrai auprès de ceux qui ont pratiqué pour la première fois en camping : 54% ont poursuivi leur nouvelle activité à leur retour de vacances, 17% le font même de façon régulière.

## 5. Focus sur les CSP les plus modestes

**Les Français issus des CSP modestes sont particulièrement séduits par le camping, pour lequel ils ont quasiment tous une bonne image (85%).** À l'instar de l'ensemble de la population, ils ont principalement découvert ce mode d'hébergement par le biais de leurs parents, mais presque la moitié d'entre eux reconnaît aussi privilégier aujourd'hui le camping pour des raisons budgétaires alors qu'ils avaient d'autres habitudes de vacances par le passé (46% des campeurs d'origine modeste vs 37% des campeurs).

**C'est d'ailleurs bien le rapport qualité-prix qui, comme pour les autres amateurs de camping, constitue la motivation principale au recours à cet hébergement. Mais les CSP modestes semblent apprécier davantage, pour ce budget, la possibilité de partir en *all inclusive* (22%, 4<sup>ème</sup> motivation après le prix, la convivialité et la proximité avec la nature, vs 14% des campeurs).** Preuve de cet attachement pour des vacances « tout compris », lorsqu'un arbitrage budgétaire doit être fait pour les vacances, ils ont davantage tendance que les autres à accepter de revoir à la baisse la durée du séjour (en partant moins longtemps, moins souvent) mais pas de rogner sur leur confort (en visant l'entrée de gamme ou en privilégiant un emplacement plutôt qu'un hébergement en dur).

En termes d'activités, ils semblent montrer plus d'intérêt que les autres à la pratique d'activités artistiques ou de sports d'équipe au camping ; c'est d'ailleurs un critère particulièrement important dans le choix de ce mode d'hébergement pour les employés spécifiquement (84% vs 74% des campeurs).



Everything starts with people