Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)
Vendredi, 19 Avril 2013 00:00 -

Plus de la moitié des adeptes de camping (57%) plébiscitent le bon rapport qualité/prix de l'hôtellerie de plein air selon un sondage réalisé par OpinionWay pour la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA), publié jeudi 18 avril. Ainsi, plus des trois quarts (77%) soulignent qu'elle s'affiche comme le bon plan pour des vacances confortables à prix raisonnable.
Les campeurs plébiscitent aussi la convivialité de ce type de vacances (94%). Un sentiment partagé par l'ensemble des Français qui jugent que le camping est un mode de vacances convivial (85%).
Un tiers des Français a fait du camping au cours de ces cinq dernières années. Quatre personnes sur cinq envisagent de tester l'hôtellerie de plein air prochainement.
Aujourd'hui, camper est donc entré dans les moeurs à tel point que 80% des Français estiment que c'est un mode de vacances comme les autres et qu'il n'est plus réservé qu'à une partie de la population.
71% des Français ont indiqué que selon eux le camping participe à la mixité sociale et s'adresse à toutes les catégories sociales (70%). Plus de la moitié (52%) affirme que le camping permet désormais d'accéder à des lieux touristiques jusqu'alors réservés à une minorité de la population.
Opter pour l'hôtellerie de plein air permet, toujours selon les personnes interrogées, de se rapprocher de la nature (88% des campeurs et 72% des non-campeurs).
À ce jour, 8.550 terrains de camping de 1 à 5* sont répartis sur l'ensemble du territoire français. Quelque 105,9 millions de nuitées ont été réalisées sur ces sites l'an dernier.

Le camping en France voit la fin des années fastes
Le camping, qui avait plutôt profité de la crise jusqu'ici, commence à être rattrapé par les difficultés économiques des Français, selon un bilan 2012 des professionnels du secteur qui s'attendent à une stagnation ces prochaines années.

Le nombre de nuitées "sous la tente" s'est tassé à 105,9 millions en 2012, marqué par une mauvaise météo, contre 106,8 millions en 2011, année record de fréquentation, selon les chiffres publiés jeudi par la fédération nationale de l'hôtellerie de plein air.

Pour 2013, "nous prévoyons une saison stable malgré la crise économique", a indiqué Guylhem Féraud, président de la FNHPA au cours d'une conférence de presse, ajoutant que "pendant un à trois ans, ça va un peu ralentir".

Le "léger déficit des réservations pour cet été, dû à la météo", devrait pouvoir être "récupéré", a-t-il toutefois tempéré.

Mais au-delà de l'effet météo, les professionnels s'accordent à sonner la fin de la période faste pour le camping de ces dix dernières années, où la croissance a été alimentée par une montée en gamme et un développement des chaînes et des groupes de camping.

En un peu plus d'une décennie, le chiffre d'affaires du secteur du camping français, le plus important en Europe, avait doublé, passant d'un milliard d'euros en 2000 à près de 2 milliards

en 2012.

"Les belles années sont passées", confirme Bernard Sauvaire, président du comité des chaînes de la FNHPA, qui craint "un ralentissement très fort de l'investissement", seul moyen de maintenir la stabilité des prix, à un moment où les Français regardent plus que jamais à la dépense.

"On va avoir un palier de l'investissement, donc un pallier de la progression de la clientèle", craint-il. Mais il écarte tout impact sur les quelque 36.000 salariés du secteur "qui sont des emplois directs que l'on ne peut pas compresser", indique-t-il à l'AFP.

À force d'investir ces dernières années dans de nouvelles piscines, des animations, ou des hébergements tout confort, l'hôtellerie de plein air avait pris des parts de marché à la location, à la petite hôtellerie saisonnière et même aux villages de vacances.

Le développement de l'offre de mobil-home, chalets et tentes aménagées a aussi contribué à séduire une clientèle plus large, y compris parmi les catégories aisées.

Loin de la rustique canadienne, près de la moitié des campeurs choisissent en effet ces modes plus confortables d'hébergement, notamment les familles qui sont près de 61% à louer un hébergement sur place.

Les campings ont aussi profité ces dernières années du retour en France d'une partie de la clientèle ayant renoncé aux vacances de printemps au sud de la Méditerranée pour cause d'instabilité politique.
Le camping aura pendant cette période réussi à changer d'image: "Il y a vingt ans, le camping était considéré comme réservé à ceux qui n'avaient pas les moyens", souligne Guylhem Féraud. Aujourd'hui 80% des Français considèrent que c'est "une offre de vacances comme les autres".
Pratiqué par un Français sur trois, le camping est apprécié avant tout pour son "rapport qualité-prix", mais aussi pour "la convivialité" et la proximité avec "la nature", selon une étude Opinionway réalisée pour l'occasion.
"Aujourd'hui, le profil du campeur est assez à l'image de la population française", même s'il est un peu plus jeune que la moyenne, note Bruno Jeambart, un responsable de l'institut de sondages.
Les Français passent en moyenne 5,3 jours au camping lors de leurs vacances pour un tarif moyen en pleine saison allant de 94 euros pour deux personnes dans un camping 1 étoile, à 288,50 euros dans un cinq étoiles.
Mais 41% de ce chiffre d'affaires est réalisé par 9% seulement des campings qui appartiennent à une chaîne ou un groupe.
Ces derniers affichent 60% d'étrangers dans leur clientèle, qu'ils réussissent à attirer grâce à une offre plus standardisée, une communication efficace et la facilité des réservations en ligne.

Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)
Vendredi, 19 Avril 2013 00:00 -

Consultez la source sur Veille info tourisme: Pour 77 des campeurs lhôtellerie de plein air est un bon plan vacances