



FNHPA

FEDERATION NATIONALE
DE L'HOTELLERIE
DE PLEIN AIR

DOSSIER DE PRESSE 2023

Camping 2023 : une destination qui s'adapte en permanence à ses nouveaux défis

DOSSIER DE PRESSE 2023

SOMMAIRE

1. Le retour à des niveaux de fréquentation pré-Covid

- Une saison 2022 plus étalée
- Une saison portée par les touristes Français
- Un rééquilibrage entre les régions qui se stabilise
- Le succès des hébergements locatifs
- Une saison 2023 qui s'annonce très favorable

2. Un attrait pour le camping qui reste fort : étude Ifop 2023

- Le camping bénéficie toujours d'une bonne image associée à la convivialité et à son caractère fédérateur
- Le rapport qualité-prix comme critère principal du choix du camping pour les vacances
- Le camping permet à chacun de trouver une offre adaptée à son budget

3. L'adaptation aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux

- Une capacité à rebondir face aux événements climatiques extrêmes
- Premières étapes du plan Camping Durable
- Culture & Patrimoine au Camping : lutter contre la fracture culturelle et faire vivre les territoires

4. L'adaptation aux enjeux de recrutement

- De nombreux recrutements prévus dans le secteur de l'HPA
- Des outils mis en place pour revaloriser les emplois de l'HPA et faciliter leur accès dans un contexte de pénurie de main d'œuvre

Annexe

- Les chiffres clefs du camping français

Camping 2022 : des vacances 2022 au meilleur rapport qualité/prix

Après une saison 2022 record portée par une haute saison exceptionnelle et la recherche de vacances de proximité des Français dans un contexte de hausse des prix du carburant, la saison 2023 semble emprunter le même chemin, avec de **bons taux d'occupation dès le week-end de Pâques** et des **perspectives très favorables pour les mois à venir**.

Une saison 2022 qui marque le retour à des niveaux de fréquentation pré-Covid et qui devrait se poursuivre en 2023

L'hôtellerie de plein air a bénéficié en 2022 d'un démarrage de saison précoce dès le mois d'avril, et **d'excellents taux d'occupation sur juillet-août**, qui se sont poursuivis jusqu'au mois de septembre. Les chiffres de la saison 2022 d'Atout France confirment ainsi un **retour à la situation d'avant la crise sanitaire** en matière de fréquentation des hébergements touristiques en France dans le secteur de l'hôtellerie de plein air.

Malgré la levée des restrictions de voyage liées au contexte sanitaire, **la saison 2022 a majoritairement été portée par la clientèle domestique**, à la recherche d'un tourisme de proximité, mais a également vu le **retour progressif de la clientèle étrangère**, et notamment européenne.

Avec un démarrage sur les chapeaux de roues dès le week-end de Pâques, **la saison 2023 s'annonce également très favorable**. Selon le Baromètre de l'Hôtellerie de Plein Air d'Atout France, à la date du 9 avril 2023, les carnets de réservation pour l'ensemble de la saison sont remplis à **63 millions de nuitées, en hausse de +21% par rapport aux réservations à la même date en 2022** : 41 millions (+15% par rapport à 2022) pour la clientèle domestique ; 22 millions (+33% par rapport à 2022) pour la clientèle internationale.

Le rapport qualité-prix, critère principal du choix du camping pour les vacances

Interrogés par l'IFOP entre les 15 et 20 mars, **huit Français sur dix affirment avoir une bonne image du camping (82%)**, en premier lieu **associé à la convivialité (89%)**, **participant à la mixité sociale (77%)** et offrant des vacances confortables à prix raisonnables (72%) permettant aux personnes en difficultés financières de partir malgré tout (74%). Un nombre croissant des Français estime également que le camping est un **mode de vacances écologique** permettant de se rapprocher de la nature (76%, +9% par rapport à 2020).

Dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, **le rapport qualité-prix comme motivation principale du choix du camping** comme mode d'hébergement remporte la majorité des réponses (61% contre 49% en 2020). 97% des Français interrogés s'accordent à dire **que la diversité de l'offre de campings permet facilement de trouver une offre adaptée à son budget** (du plus modeste avec les emplacements nus en camping 1* au plus luxueux avec les hébergements locatifs haut de gamme en camping 5*).

La profession s'adapte à ses enjeux

Les événements climatiques de l'été 2022 (méga-incendies, tempêtes, inondations) ont rappelé **l'importance du travail mené par la FNHPA en matière de prévention des risques naturels et de développement durable**. Plusieurs initiatives ont ainsi été lancées au cours des derniers mois, en collaboration avec les autorités publiques, parmi lesquelles une mise à jour du « *Guide pratique sur la sécurité des terrains de campings* », ainsi que le lancement d'une **campagne « Camping Zéro Déchet » faisant suite à des expérimentations dans plusieurs régions** ayant permis aux campings de réduire jusqu'à 80% de leur production de déchets.

De même, pour anticiper la pénurie de main-d'œuvre observée en 2022, **la FNHPA a structuré son approche en matière de recrutement**, en éditant des fiches métiers uniformisées et utilisables par l'ensemble des campings français, et en lançant le **site internet « Ma carrière camping » qui regroupe 40 000 offres d'emplois**. La FNHPA a également valorisé ses métiers dans le cadre de la campagne de communication du gouvernement, « Mon emploi tourisme ».

Contacts presse

Aude Lepreux : 07 84 46 10 66 // fnhpa@brunswickgroup.com

Le retour à des niveaux de fréquentation pré-Covid

- ***L'hôtellerie de plein air a affiché une saison 2022 record grâce à deux facteurs : une haute saison (juillet/août) exceptionnelle, portée par la recherche de vacances de proximité des Français, dans un contexte de hausse des prix du carburant ; et des ailes de saison de plus en plus étendues (démarrage de saison précoce dès le week-end de Pâques, fréquentation élevée jusqu'à l'automne).***
- ***La saison 2023 semble emprunter le même chemin, avec un bon début de saison et une hausse des réservations par rapport à la même date en 2022, touchant à la fois les touristes français et les touristes internationaux, sur l'ensemble des modes d'hébergements (emplacements nus et emplacements équipés).***

Une saison 2022 plus étalée

La nette amélioration du contexte sanitaire et le beau temps ont permis un démarrage de saison sur les chapeaux de roues dès le mois d'avril, des mois estivaux quasi-complets et des taux d'occupation satisfaisants jusqu'à la fin du mois de septembre.

L'hôtellerie de plein air a ainsi retrouvé en 2022 son niveau de fréquentation pré-Covid et affiché un bilan record avec 136 millions de nuitées d'avril à septembre 2022, soit + 7,5 % par rapport à 2019, année de référence pour la fréquentation des campings.

Une saison portée par les touristes Français

Malgré la levée des restrictions de voyage liées au contexte sanitaire, la saison 2022 a majoritairement été portée par les touristes Français. Plus que tout autre mode d'hébergement, le camping continue de bénéficier du fort regain d'intérêt des Français pour un tourisme de proximité à taille humaine, en plein air, à la découverte des régions de France.

Pour autant, les chiffres montrent un retour progressif de la clientèle étrangère (+ 1,4 % par rapport à 2019), quasi-exclusivement européenne, surtout les Néerlandais, Allemands, Belges et Suisses. Ainsi, la clientèle des campings en 2022 s'est répartie de la manière suivante : 72 % de Français et 28 % d'étrangers.

Parmi les touristes étrangers, les pays les plus représentés restent nos voisins directs : Pays-Bas, d'Allemagne et de Belgique, représentant 71 % de la fréquentation de la clientèle étrangère en camping en cumulé. Le Royaume-Uni, a également marqué son grand retour, représentant un volume supérieur à celui de 2021, mais un niveau encore inférieur de 21 % à celui de 2019, alors que les Italiens, les Espagnols et les Néerlandais ne semblent pas encore avoir tout à fait repris leurs habitudes touristiques d'avant la crise sanitaire.

En ce qui concerne le Covid-19, la profession a continué de régulièrement mettre à jour son protocole sanitaire, validé par le gouvernement, que les gestionnaires de camping ont continué d'appliquer strictement permettre à leurs clients de passer des vacances en toute sécurité. Ces efforts ont été efficaces, et aucun cas majeur de cluster dans un camping n'a été à déplorer en 2022.

Un rééquilibrage entre les régions qui se stabilise

Si les années Covid ont été marquées par un rééquilibrage entre les régions littorales et les régions rurales (campagnes, montagne), toujours dans cette recherche d'un tourisme à plus petite échelle, plus proche de la nature, cette tendance semble s'être stabilisée en 2022.

Les régions littorales restent la destination préférée des clients des campings en France, avec en particulier une augmentation des nuitées de 8,4 % en moyenne : Normandie (+ 10,3 %), Hauts-de-France (+ 8,9 %), Bretagne (+ 7,3 %) et Occitanie (+ 7 %). Au troisième trimestre 2022, les campings concentrent à eux seuls 66 % de la fréquentation des hébergements touristiques collectifs sur les littoraux métropolitains, principalement grâce à la clientèle française qui plébiscite cet espace. Sur cette même période, l'hôtellerie de plein air française réalise 57,4 % de sa fréquentation sur le littoral.

Certaines régions rurales ont continué d'enregistrer des augmentations de fréquentation, parmi lesquelles les massifs de montagne (+ 5,3 %), les départements verts (Auvergne-Rhône-Alpes) et les espaces intérieurs des régions littorales (Bretagne, Normandie, PACA, Pays de Loire).

Le succès des hébergements locatifs

Le camping étant désormais perçu plus comme une destination que comme une simple forme d'hébergement, les touristes ont plébiscité les hébergements locatifs. Entre le 1^{er} juillet et le 30 septembre 2022, le volume de nuitées en hébergement locatif a augmenté de + 7 % par rapport en 2019 (55,9 millions de nuitées).

Les emplacements nus restent cependant populaires, notamment chez les jeunes, les Européens et les touristes plus nomades. Leur fréquentation a progressé de près de 1 % entre 2019 et 2022 sur le cœur de l'été (46,3 millions de nuitées entre le 1^{er} juillet et le 30 septembre).

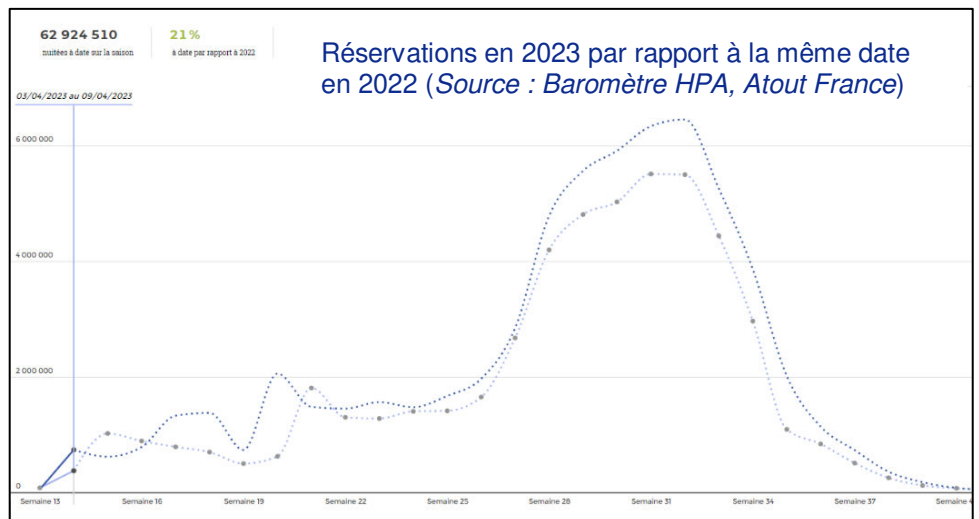
Une saison 2023 qui s'annonce très favorable

Tout comme la saison passée, le beau temps du mois d'avril a permis un début de saison précoce et annonce un printemps chargé. Le week-end de Pâques a ainsi marqué le lancement de la saison. Le mois d'avril enregistre d'ores et déjà une augmentation de +13 % des nuitées réservées.

Cette tendance positive semble se confirmer avec des hauts niveaux de réservations sur les vacances de printemps. A date,

le mois de mai enregistre une augmentation de +55 % de réservation de nuitées par rapport à la même date en 2022.

Selon le Baromètre de l'Hôtellerie de Plein Air d'Atout France, à date, les carnets de réservation pour l'ensemble de la saison sont remplis à 63 millions de nuitées, en hausse de +21 % par rapport aux réservations à la même date en 2022 : 41 millions (+15 % par rapport à 2022) pour la clientèle domestique ; 22 millions (+33 % par rapport à 2022) pour la clientèle internationale, principalement européenne.



Parmi la clientèle internationale, les pays d'origine les plus concernés sont, par ordre d'importance en valeur absolue : les Pays-Bas à 7,3 millions de nuitées (+34 % par rapport à 2022), l'Allemagne à 5,7 millions (+30 %), la Belgique à 3,2 millions (+23 %), le Royaume-Uni à 2,3 millions (+26 %) et la Suisse à 1,4 millions (+49 %).

Cette hausse des réservations touche tous les modes d'hébergements : les emplacements nus à 21 millions (+30 %) et les emplacements équipés à 42 millions (+17 %).

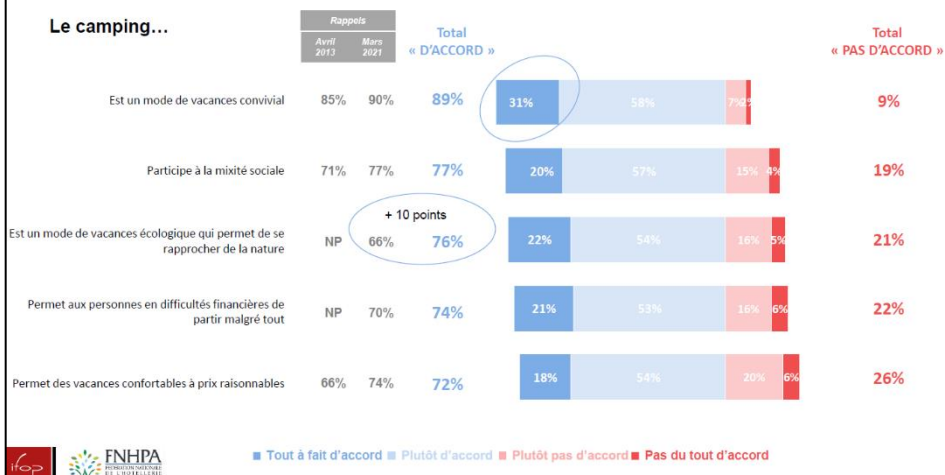
L'attrait pour le camping qui reste fort pour les Français : étude IFOP 2023

- Réalisé entre le 15 et le 20 mars auprès d'un échantillon représentatif de 1 503 personnes, ce sondage confirme la bonne image du camping qui, dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, continue d'offrir le meilleur rapport qualité-prix.
- Ces chiffres permettent de mesurer l'évolution de cette perception par rapport à la précédente étude, en 2020.

Le camping bénéficie toujours d'une bonne image associée à la convivialité et à son caractère fédérateur

Plus d'un Français sur trois a déclaré avoir séjourné en camping au cours des trois dernières années, un chiffre très positif en dépit de l'impact significatif du Covid-19 sur le secteur du tourisme. Les Français qui déclarent avoir eu recours à ce mode d'hébergement s'identifient encore majoritairement comme des campeurs occasionnels réguliers (39% séjournent en camping tous les 2 à 3 ans, suivis de près par les campeurs réguliers (38% se rendent en camping chaque année). Le camping reste un mode d'hébergement populaire. Parmi les campeurs réguliers, 43% sont issus de catégories sociales modestes.

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 bénéficie toujours très largement d'une image positive auprès des Français puisque plus de 8 Français sur 10 affirment avoir une bonne image du camping (82%), en légère évolution par rapport à 2020 (81%), près d'un cinquième déclarant même en avoir une très bonne image (18%) et notamment les plus jeunes (27% des 18-34 ans vs 15% des 35 ans et plus) ainsi que les catégories sociales modestes (25%) et pauvres (22%).

L'image du camping est une fois

encore associée en premier lieu à la convivialité pour 89% des Français.

Dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, le camping continue d'être perçu comme un mode d'hébergement fédérateur, permettant des vacances abordables pour tous. Ainsi, les personnes interrogées s'accordent autour de l'idée que le camping participe à la mixité sociale (77%) et offre des vacances confortables à prix raisonnables (72%) permettant aux personnes en difficultés financières de partir malgré tout (74%).

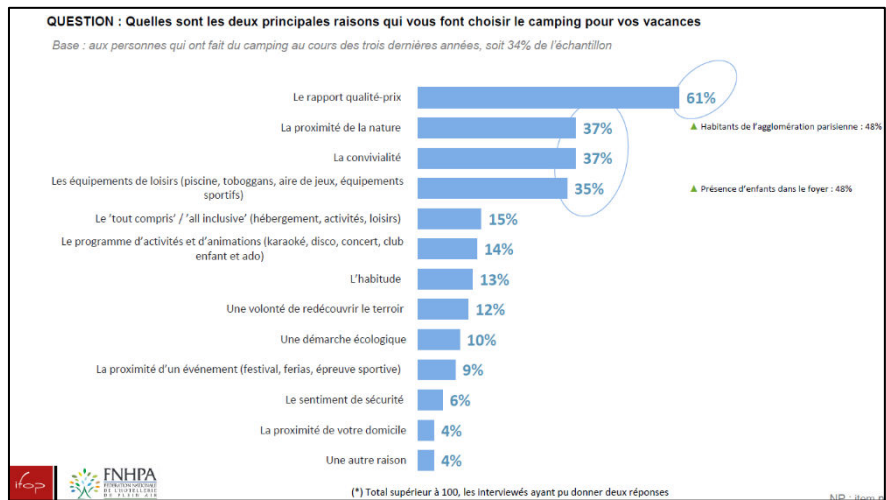
Un nombre croissant des Français estime que le camping est un mode de vacances écologique permettant de se rapprocher de la nature (76%, +9% par rapport à 2020).

Le rapport qualité-prix comme critère principal du choix du camping pour les vacances

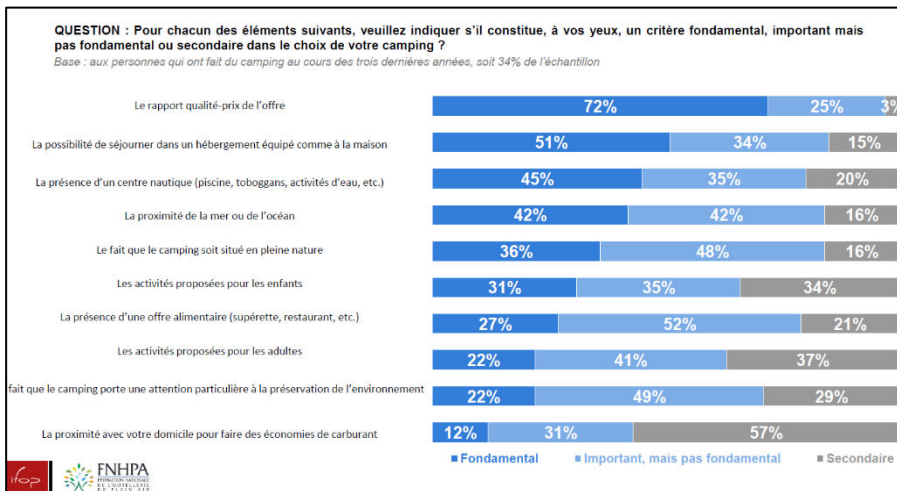
Par rapport à la population française, le profil du campeur est :

- plus jeune : 35% des campeurs ont moins de 35 ans (contre 25% s'agissant de la structure de la population nationale) et on y trouve beaucoup moins de 65 ans et plus (15% contre 25% au niveau national),
- davantage issu des catégories populaires : 37% des campeurs sont issus de catégories sociales modestes contre 29% au sein de la population française (contre respectivement 35,7% et 30% en 2020), et 22% 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 une fois de plus une très forte majorité des réponses (61% contre 49% en 2020). S'en suit la proximité de la nature (37%) en très forte progression par rapport à 2020 (18%), et la convivialité (37% en 2023 vs 24% en 2020). La forte progression de ces critères pouvant être associée au contexte post-Covid et au besoin des Français de prendre l'air, de se reconnecter à la nature, de retrouver un lien social tout en gardant un œil sur leurs dépenses dans un environnement inflationniste.

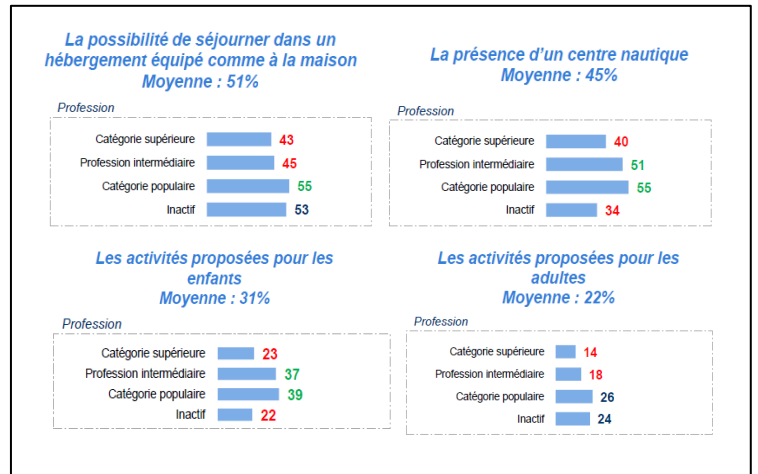


Les items suivants sont liés à la montée en gamme de l'offre de l'hôtellerie de plein air (équipements de loisirs, « tout compris », programme d'activité etc.) auxquelles les catégories populaires, qui souhaitent privilégier des vacances tout confort, semblent de plus en plus sensibles. Ainsi, 36% des Français issus catégories sociales modestes estiment que « la mise à disposition d'équipements de loisirs » est une des deux raisons principales du choix du camping comme mode d'hébergement contre 29% pour les catégories supérieures. Il en est de même pour la possibilité d'avoir un « hébergement tout compris » (21% des répondants sont issus des catégories populaires contre 14% des catégories supérieures) et sur le fait de bénéficier de « programme d'activités et d'animation sur place » (17% des répondant sont issus des catégories populaires vs 8% des catégories supérieures).



Au niveau des critères dans le choix du camping comme mode d'hébergement, le rapport qualité-prix reste, comme évoqué précédemment, un critère fondamental pour 72% des Français. La possibilité de séjourner dans un

hébergement « équipé comme à la maison » s'avère également fondamentale pour 51% des répondants (dont 55% des répondants issus des catégories populaires contre 43% des catégories supérieures) et la « présence d'un centre aquatique » est fondamentale pour 45% des répondants (55% pour ceux issus de catégories modestes contre 40% de catégories aisées). Il en est de même pour les « activités proposées pour les enfants » (23% pour les catégories supérieures vs 39% pour les catégories populaires). On peut ainsi confirmer que les critères liés au camping comme véritable lieu de vacances tout confort et non comme simple mode d'hébergement, sont déterminantes pour les catégories sociales les plus modestes.

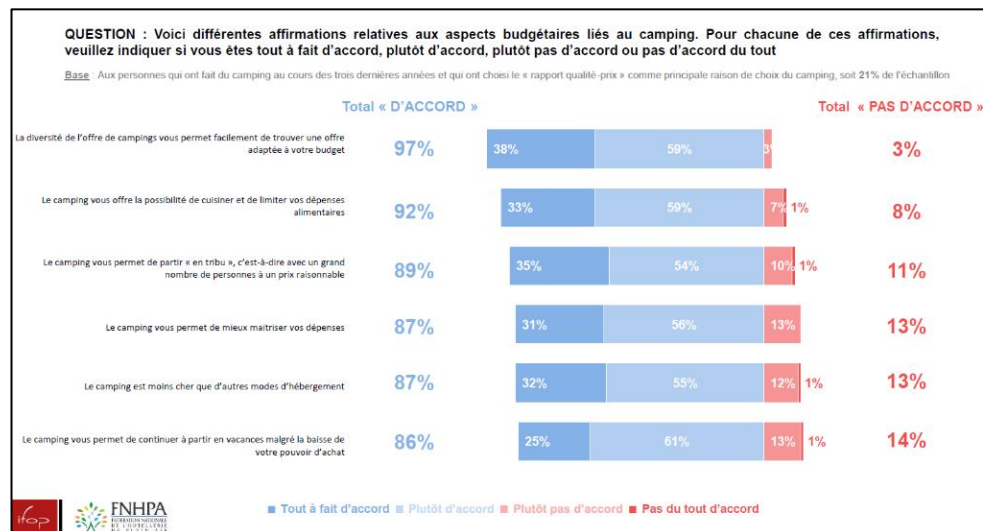


En cohérence avec la grande majorité des Français pour qui le camping permettrait de se rapprocher de la nature, 42% et 36% d'entre eux estiment que le fait d'être à proximité de la mer et être situé en pleine nature sont des critères fondamentaux dans le choix du camping comme mode d'hébergement.

Le camping permet à chacun de trouver une offre adaptée à son budget

L'hôtellerie plein air se caractérise par la diversité de son offre, qui permet à chacun de trouver une offre à la mesure de son budget, du plus modeste (emplacement nu en camping 1*) au plus luxueux (hébergement locatif haut de gamme en camping 5*), tout en assurant le meilleur rapport qualité prix par rapport aux autres types d'hébergements ou de destinations touristiques. Ce constat est confirmé par 97% des Français interrogés qui s'accordent à dire que la diversité de l'offre de campings permet facilement de trouver une offre adaptée à son budget, dont 38% d'entre eux sont « tout à fait d'accord ».

Dans un contexte inflationniste, 87% des Français s'accordent sur le fait que le camping permet de mieux maîtriser les dépenses en limitant notamment les dépenses alimentaires (92%) et en permettant de partir avec un grand nombre de personnes à un prix raisonnable (89%). Le camping est ainsi perçu comme un mode d'hébergement moins cher que les autres (87%) et permettant de partir en vacances malgré la baisse du pouvoir d'achat (86%).



Enquête IFOP pour la FNHPA menée du 15 au 20 mars 2023 auprès d'un échantillon représentatif de 1503 personnes – analyse complète disponible sur demande.

L'adaptation aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux

- *L'accélération des effets du changement climatique au cours des dernières années a amené l'hôtellerie de plein air, par nature exposée à son environnement naturel, à travailler sur ses enjeux de résilience à long terme, anticiper les risques à court terme et améliorer sa capacité à bien gérer les événements extrêmes.*
- *Zoom sur deux initiatives mises en place début 2023 : la publication d'un « Guide pratique sur la sécurité des terrains de campings » mis à jour à la suite des événements climatiques de 2022, et lancement d'une campagne « Camping Zéro Déchet » suite à une expérimentation menée dans trois régions.*

Une capacité à rebondir face aux événements climatiques extrêmes

Mise à jour du « Guide de sécurité »

Le *Guide pratique sur la sécurité des terrains de camping* est le fruit d'un travail conjoint mené par la FNHPA et les services du Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, dont une première édition avait vu le jour en 2011.

Ce guide vise à accompagner au mieux les gestionnaires et les acteurs publics concernés, notamment les collectivités locales, afin de faciliter la mobilisation et la coordination de tous les acteurs, d'identifier les risques possibles et d'apporter des réponses concrètes pour protéger les personnes et minimiser l'impact sur les biens.

Les différents événements climatiques de l'été 2022 (méga-incendies, tempêtes, inondations) ont rappelé la nécessité des bonnes dispositions d'aménagement et d'exploitation des campings pour la sécurité des visiteurs et des équipes d'accueil. C'est dans cette logique que le Guide sécurité a été mis à jour en 2023.

Le Guide a été pensé de manière pratique avec un rappel des principales mesures législatives et réglementaires applicables, des exemples de bonnes pratiques dont les gestionnaires de campings peuvent s'inspirer et des fiches thématiques afin de faciliter la mise en œuvre de ces recommandations.



Il couvre notamment les principaux risques naturels auxquels les campings sont exposés (incendie, inondation, tempête, mouvement de terrain, tremblement de terre, submersion), ainsi que les risques d'accidents liés à l'activité humaine (incident industriel, transports de matières dangereuses, accident nucléaire, attaque terroriste).

LES BONNES PRATIQUES pour les installations de gaz situées en zone à risque d'incendie de forêt (base référence PLU) à partir du 1^{er} avril 2023

Pour la création d'une nouvelle mise en place :

- Pour une citerne fixe :
 - mettre en place une citerne enterrée, sauf justification contraire d'une étude de sol ou toute autre interdiction réglementaire possible (zone protégée...);
 - si impossibilité, et mise en place d'une citerne aérienne, l'orifice d'emplissage et la soupape de la citerne aérienne doivent être à plus de 3 m de toute matière combustible et des haies lorsque la quantité stockée est inférieure à 3 500 kg ou 5 m lorsque cette quantité est supérieure ou égale à 3 500 kg. Les haies situées à proximité d'une citerne aérienne ne doivent par ailleurs pas dépasser 2,20 m de haut ;
 - si les deux alternatives précédentes ne peuvent être mises en place, alors la citerne aérienne est entourée d'un mur d'interposition maçonné d'au moins 10 cm d'épaisseur dépassant d'au moins 50 cm la soupape et positionné à au moins 60 cm de la citerne. L'espace clos doit définir une zone minimale de 10 m². Le mur d'interposition est ouvert sur au moins 25 % de son périmètre au niveau du sol sur au moins deux côtés sur une hauteur minimale strictement supérieure à 20 cm (pour permettre d'éviter l'accumulation de gaz en cas de fuite de l'installation).
- Pour une zone de stockage de bouteilles :
 - mettre en place autour du stockage de bouteilles un mur maçonné d'au moins 10 cm d'épaisseur dépassant de 50 cm minimum la hauteur maximale des bouteilles sur 3 côtés. Sur le quatrième côté les bouteilles doivent être à plus de 3 m de toute matière combustible et des haies lorsque la quantité stockée est inférieure ou égale à 520 kg (environ 40 bouteilles) ou 5 m lorsque cette quantité est supérieure à 520 kg.

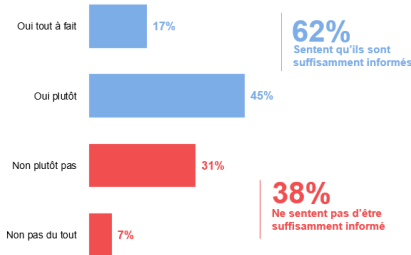
LES BONNES PRATIQUES – Les vigilances météorologiques et crues

- Consulter régulièrement les outils météorologiques disponibles, notamment les prévisions et les cartes de vigilance météorologique et crues.
- Consulter le site Vigicrues délivrant, pour les principaux fleuves et rivières, une information de vigilance sur les crues, et donnant également des observations en temps réel et des prévisions locales de hauteur d'eau ainsi que des références historiques. Par ailleurs, le site Vigicrues offre désormais la possibilité de recevoir par mail des informations personnalisées : les bulletins produits, des avertissements sur les niveaux de vigilance à l'échelle d'un territoire, d'un département ou d'un tronçon de cours d'eau, des avertissements sur les hauteurs d'eau par débits aux stations hydrométriques. Pour cela, il suffit de créer son compte en cliquant sur « mon compte » en haut de page d'accueil du site Vigicrues et de paramétrer les abonnements et avertissements souhaités.
- S'adresser à la commune pour savoir si elle est éligible au service Vigicrues Flash. Vigicrues Flash porte sur 10 000 communes et 30 000 km de cours d'eau sujets aux crues soudaines. Les autorités locales abonnées reçoivent des avertissements automatiques en cas de survenance probable de crues fortes à très fortes dans un délai de 1 à 6 heures. Les gestionnaires de camping peuvent visualiser les niveaux de risques (risque de crue forte ou risque de crue très forte) en accédant au site public depuis apic-vigicruesflash.fr
- Pour les communes qui souhaiteraient savoir si elles sont éligibles au service Vigicrues flash, se renseigner auprès des préfetures.
- Consulter régulièrement les outils météorologiques disponibles en matière de vigilance avalanches et d'évaluation du risque de feux de forêts.
- Pour les communes et les préfetures, intégrer les gestionnaires de camping (à risque notamment) dans les procédures d'alerte. Les préfetures alertent les campings lors d'une alerte météo ou de la survenance d'un risque.
- Enfin, la FNHPA et Météo-France ont signé une convention visant à proposer une information météorologique précise directement aux gestionnaires de camping qui le souhaitent.
- S'assurer que les clients perçoivent les risques et dangers liés aux prévisions météorologiques par l'affichage de la vigilance en vigueur sur le département (drapeau de la couleur de la vigilance, écrans, panneaux numériques, réseaux sociaux, etc.).

Le sentiment d'être informé et alerté sur les risques d'événements climatiques lors de séjour en camping

QUESTION : Vous sentez-vous suffisamment informés et alertés par rapport aux risques d'événements climatiques (inondations, incendies etc.) lorsque vous séjournez au camping ?

Base : Aux personnes qui ont fait du camping au cours des trois dernières années, soit 34% de l'échantillon



D'après l'étude IFOP 2023 sur les Français et le camping, 62% des répondants estiment se sentir informés et alertés sur les risques d'événements climatiques lors de leur séjour en camping.

Zoom sur la « renaissance » du camping des Flots Bleus sur la Dune du Pyla

Détruits à hauteur de 80 à 90% à la suite des incendies dévastateurs de juillet dernier, les cinq campings adossés à la dune du Pilat ont travaillé d'arrache-pied pour rouvrir au plus vite.

Le camping des Flots Bleus qui avait été totalement ravagé dans l'incendie de la forêt de La Teste-de-Buch a réussi à rouvrir ce début avril, à temps pour la saison estivale. Le camping a réalisé des travaux de déblaiement considérables : évacuation de près de 5 tonnes de déchets divers, filtration minutieuse du sable.

Aujourd'hui, c'est un camping plus vert et plus durable qui vient ainsi de rouvrir : récupération des pommes de pin du camping pour les replanter, réutilisation des bois brûlés, mise en place de panneaux photovoltaïques etc.



Un « *parcours pédagogique* » a désormais été installé sur le camping, pour avertir les vacanciers des risques incendie et pour les sensibiliser plus largement aux problématiques locales de prévention de l'environnement.

Campings menacés par l'érosion : une action expérimentale avec le Ministère de la Transition écologique

A la suite de l'installation du Comité national du trait de côte le 14 mars 2023, la FNHPA participera à ses travaux pour que soient préservées les capacités d'accueil des campings exposés à l'érosion côtière. L'actualisation de la stratégie nationale de la gestion intégrée du trait de côte est programmée par l'Etat.

Des diagnostics territoriaux de l'offre de campings menacés :

- Un appel à manifestation d'intérêt à venir (avril 2023),
- Maintenir une offre territoriale d'hôtellerie de plein air attractive,
- Appui aux propriétaires / exploitants pour évaluer les travaux d'adaptation,
- Pilotage EPCI,
- Etude territoriale et diagnostics d'équipement pris en charge dans le cadre d'un marché national,
- Soutien aux opérations de recomposition de campings,
- Mise en place du fonds vert.



Premières étapes du plan Camping Durable

Campagne de réduction des volumes de déchets dans les campings

La profession réfléchit depuis plusieurs années aux mesures à mettre en place en faveur d'un tourisme plus durable, dans le cadre duquel le camping a un rôle indispensable à jouer.

C'est dans ce contexte que la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air (FNHPA) et l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) ont élaboré ensemble un « *Plan Camping Durable* » pour accompagner les professionnels de l'hôtellerie de plein air dans leur transition écologique. Cet ambitieux plan se base sur une expérimentation menée au cours des trois dernières années dans les campings de trois régions : la Bretagne, la Corse et la Nouvelle-Aquitaine.

Sur cette base, la FNHPA développe toute une palette d'outils pour accompagner ses adhérents, en proposant aux professionnels des fiches thématiques opérationnelles mettant en avant des exemples de bonnes pratiques, ainsi qu'un dispositif d'accompagnement pédagogique des professionnels sur le terrain.


La première illustration de ce « *Plan Camping Durable* » est l'initiative « *Camping Zéro Déchet* ». En Bretagne, le bilan de l'expérimentation dans ce domaine s'est révélé très positif :

- les campings accompagnés en 2020 ont réduit leur production d'ordures ménagères jusqu'à 80% en 2021, représentant des dizaines de tonnes de déchets évités en 2021 malgré les 100 000 nuitées supplémentaires ;
- 1/3 des campings en Bretagne ont été identifiés comme ayant un potentiel de développement de solaire thermique ;
- les gestionnaires de camping sont montés en compétence sur les sujets liés à l'énergie et au changement climatique, en particulier sur la consommation d'eau et d'énergie de la profession.

A la suite de ces expérimentations, un « *Livret Zéro Déchet* » récapitulant les 13 bonnes pratiques à mettre en œuvre a été rédigé par la FNHPA et distribué à l'ensemble de ses adhérents. L'objectif de la FNHPA, toujours accompagnée par l'ADEME, est de généraliser ces pratiques dans l'ensemble des campings de France dès cette saison.

NOTICE METHODOLOGIQUE

A quoi sert ce guide ?



Fiche 1

METTRE EN PLACE DES INDICATEURS POUR SUIVRE LA PRODUCTION DE DÉCHETS

TEMPS ●●●●● ●●●●● ●●●●● ●●●●● ●●●●●

INVESTISSEMENTS ●●●●● ●●●●● ●●●●● ●●●●● ●●●●●

De quoi parle-t-on ?

Définir un indicateur et en assurer le suivi permet d'évaluer l'efficacité des actions mises en œuvre. Au même titre qu'un indicateur de performance économique, un indicateur de performance environnementale est indispensable pour connaître la situation initiale, se fixer des objectifs et comparer les résultats d'une année sur l'autre. D'une manière générale, le suivi des indicateurs environnementaux permet également de détecter des anomalies. Par exemple, l'établissement pourra plus facilement repérer une erreur de chiffrage sur une facture de collecte ou une problématique de dépôt d'ordures par des personnes extérieures au camping.

Quel indicateur choisir ?

Pour choisir l'indicateur, on sélectionne une valeur facilement collectable, qui peut être pour les déchets, soit le poids (en kg), soit le volume (en litres) de déchets (ordures ménagères non valorisables et tri sélectif) collectés sur l'établissement.

Un indicateur n'est intéressant que si on peut le comparer d'une année sur l'autre en tenant compte de la fluctuation de la fréquentation. Dans le cas des campings, on retient comme dénominateur commun le nombre de nuitées.

Indicateur à suivre : X kg de déchets / nuitée

Chiffres clés

Le ratio moyen de production de déchets par nuitée est de 0,55 kg ou 4L, ordures ménagères non valorisables et tri sélectif confondus pour les ménages en France*. C'est également la moyenne constatée en camping†.

Fiche 2

FORMER LES ÉQUIPES

TEMPS ●●●●● ●●●●● ●●●●● ●●●●● ●●●●●

INVESTISSEMENTS ●●●●● ●●●●● ●●●●● ●●●●● ●●●●●

De quoi parle-t-on ?

En contact permanent avec la clientèle, l'équipe du camping doit être capable d'accueillir et d'accompagner les vacanciers et de répondre à toutes leurs questions ou préoccupations y compris celles concernant l'engagement environnemental de l'entreprise : économies d'eau et d'énergie, entretien des espaces verts sans produits chimiques, compost etc. Une fois formés, vous-même et votre personnel agirez en ambassadeurs et donneront l'exemple. Les éco-gestes seront ainsi plus facilement adoptés et appréciés par vos clients. La formation du personnel est donc un axe majeur de la transition écologique des campings.

À qui est destiné ce guide ?

Ce guide s'adresse à toutes les personnes qui doivent gérer la question de la réduction des déchets sur un terrain de camping. Conçu pour être utilisé dans chaque camping, il permet de disposer des éléments de connaissance nécessaires pour répondre à chaque question posée par les clients, les bénévoles ou les personnes impliquées dans la gestion de l'établissement.

Pourquoi s'engager dans la réduction des déchets ?

En interne

- Diminuer le temps consacré à la gestion des déchets.
- Améliorer la qualité de vie des vacanciers en réduisant les nuisances sonores, olfactives et visuelles liées à la gestion des déchets.
- Diminuer les coûts associés à la collecte et à l'entretien des équipements.
- Anticiper les réglementations.

En externe

- Être un acteur engagé du territoire.
- Attirer une clientèle sensible à l'environnement.
- Fidéliser les équipes, grâce à des actions concrètes et visibles.
- Communiquer efficacement sur les bénéfices de la réduction des déchets.

Comment fait-on ?

Les investissements nécessaires

- Formation aux éco-gestes : objectif de réduire la production de déchets non valorisables et tri sélectif.
- Formation à la cuisine durable : objectif de réduire la production de déchets non valorisables et tri sélectif.
- Formation à la collecte des déchets : objectif de réduire la production de déchets non valorisables et tri sélectif.

Comment faire ?

- Vous-même, gestionnaire du camping, pour imposer une dynamique « zéro déchet » auprès de vos équipes.
- Un référent « Développement Durable », qui pourra être chargé du suivi des actions mises en place suite à la formation.
- Votre équipe de permanents, relais des engagements de l'établissement sur le terrain. Une fois formés, les équipes deviennent moteur de la démarche et peuvent participer activement à la recherche de nouvelles solutions et de pratiques plus durables.
- Un membre de votre personnel spécifiquement concerné par la formation en question (technicien, cuisinier, jardinier...)

Comment fait-on ?

Les questions à se poser

Quels types de formations choisir sachant que celles-ci couvrent souvent un champ large que celui des déchets ?

- Formation aux éco-gestes : objectif de réduire la production de déchets non valorisables et tri sélectif.
- Formation à la cuisine durable : objectif de réduire la production de déchets non valorisables et tri sélectif.
- Formation à la collecte des déchets : objectif de réduire la production de déchets non valorisables et tri sélectif.

Notre conseil

Choisir un responsable du suivi et du suivi, de préférence une personne expérimentée et motivée.

LES POINTS DE VIGILANCE

- L'élaboration du fichier de suivi avec les personnes désignées responsables des relevés (co-construction de l'outil).
- La régularité des relevés.
- La fiabilité de la procédure de relevé.

LES BÉNÉFICES ATTENDUS DE L'ACTION

- Prise de conscience de la situation grâce aux indicateurs chiffrés.
- Meilleure vue d'ensemble grâce à un outil de gestion et de management permettant de prioriser et de suivre les résultats des actions mises en place.
- Sensibilisation des équipes et de la clientèle.
- Valorisation de l'engagement / communication.

La boîte à outils

LES CONTACTS

- Votre fédération professionnelle peut vous transmettre des fichiers adaptés pour le suivi des indicateurs.
- Votre collectivité ou votre prestataire de collecte peut vous aider à retrouver le volume ou le poids de déchets collectés dans votre camping.

LES DOCUMENTS UTILISÉS

- Un exemple de fichier de suivi de la production de déchets.
- La fiche « Suivi de la consommation » de l'Écolabel Tourisme, outil d'accompagnement à la mise en place de l'Écolabel Européen pour les hébergements touristiques.
- La fiche « Mesurer les différentes consommations et la production de déchets » de la fiche « Mesurer les consommations et la production de déchets » du guide « Hébergements touristiques, bonnes pratiques, outils et conseils pour les professionnels », de l'ADEME Bretagne.
- La fiche « Réduire le volume de déchets dans les campings », de la FNHPA.

Culture & Patrimoine au Camping : lutter contre la fracture culturelle et faire vivre les territoires

La culture et le patrimoine figurent parmi les principaux attraits de la destination France. Réciproquement, le tourisme est le premier émetteur de visiteurs pour les lieux culturels. Et pourtant, une part importante des Français issus des classes populaires n'a jamais eu accès à la culture et aux pratiques culturelles.

Après le succès de l'expérimentation « *Musée au camping* », soutenue par le ministère de la Culture dans le cadre de l'Été culturel en 2022, et par la Réunion des Musées nationaux – Grand Palais, Cirkwi et la FNHPA s'associent pour lancer l'opération Culture & Patrimoine au Camping.

Dès ce printemps, Cirkwi mettra à disposition son portail touristique auprès des 4 300 campings adhérents de la FNHPA et de leurs clients pour faciliter la recherche des lieux de culture et de patrimoine, points d'intérêts, mais aussi des balades, randonnées, restaurants ... 500 000 points d'intérêts en France, 50 000 balades pour les familles ou les plus sportifs. Les clients des campings auront gratuitement accès à l'outil depuis leur téléphone.

Concrètement, il suffira aux utilisateurs d'accéder au portail via le QR-code placé à l'entrée de tous les établissements, et de se géolocaliser pour avoir accès à une expérience personnalisée.



Les principaux avantages de cette nouvelle solution :

- Tous les points d'intérêts situés autour de soi, accessibles en 1 clic ;
- Un outil ouvert et ergonomique, facile d'utilisation ;
- Utilisable avec son smartphone, depuis un QR-code ;
- Des statistiques d'utilisation ;
- Accessible depuis l'appli Cirkwi : géoguidage, favoris, consultation sans connexion.

Cirkwi est une jeune entreprise de la Travel Tech française, créée en 2011 et basée à Nancy. Elle fournit des solutions digitales d'itinérance et de diffusion de la donnée touristique locale à 2 500 professionnels et institutionnels en France et en Belgique. Contact : Sylvain Caucheteux. sylvain@cirkwi.com

L'adaptation aux enjeux de recrutement

- Dans un contexte de dynamisme croissant du secteur de l'hôtellerie de plein air, la profession envisage de recruter 10 000 salariés supplémentaires sur les 10 prochaines années, le secteur comptant environ 50 000 emplois actuellement.
- Pour faire face aux enjeux de difficultés de recrutement de de pénurie de main-d'œuvre dans le secteur du tourisme, la FNHPA a engagé plusieurs initiatives depuis deux ans pour revaloriser les emplois de l'HPA et faciliter leur accès.

De nombreux recrutements prévus dans le secteur de l'HPA

10 000 salariés supplémentaires sur les 10 prochaines années

L'hôtellerie de plein air a connu une réelle mutation ces dernières années et connaît une popularité et un dynamisme croissant qui nécessite une main d'œuvre conséquente pour répondre à la demande.

Actuellement, le secteur représente environ 50 000 emplois au milieu de l'été dont 10 000 contrats à durée indéterminée (CDI) et 40 000 contrats à durée déterminée (CDD), liés au caractère saisonnier de l'activité. Mais les 7 500 campings de l'Hexagone offrent également la possibilité de construire une carrière évolutive, sur le long terme, et ont l'ambition de recruter 10 000 salariés supplémentaires sur les 10 prochaines années. La poursuite de la structuration du secteur, le développement de prestations supplémentaires, la création de nouveaux services, l'amélioration de la qualité et la professionnalisation des établissements expliquent cette dynamique.

Des outils mis en place pour revaloriser les emplois de l'HPA et faciliter leur accès dans un contexte de pénurie de main d'œuvre

Dans un contexte de difficulté de recrutement et de pénurie de main d'œuvre dans le secteur, la FNHPA s'est emparée du sujet et a lancé début novembre 2021 un groupe de travail d'une vingtaine de personnes dédié à la valorisation et l'attractivité des métiers de la filière.

Une cartographie des métiers

La FNHPA, assisté par le cabinet Sémaphores et en collaboration avec les partenaires sociaux de la branche, a réalisé une cartographie des métiers de l'HPA et élaboré 14 fiches métiers (recto-verso) listant avec précision les profils et compétences requis pour chaque métier, à destination des gestionnaires de campings.



The image shows a detailed job description card for 'MÉTIER : Agent de propreté HPA'. It includes sections for 'Possibilité de parcours', 'Alais recrutés', 'Activités clés', 'Compétences', and 'Conditions d'emploi et d'exercice'. The card is part of a larger 'Cartographie des métiers' project.

Ces fiches ont été remises aux gestionnaires qui peuvent désormais s'en servir pour leurs activités de recrutement.

« *Ma carrière camping* » pour rendre les métiers de l'hôtellerie de plein air attractifs

Pour participer à la dynamique de l'emploi dans le secteur, la FNHPA a lancé en février le site internet « [Ma Carrière Camping.fr](http://MaCarriereCamping.fr) » qui permet de regrouper et donner de la visibilité aux 40 000 offres d'emploi disponibles dans l'HPA, répartis sur 32 métiers.

Au-delà de la présentation des offres d'emplois, la plateforme a pour objectif de présenter la filière, les différents métiers et les formations disponibles pour les futurs candidats. Elle s'adresse aussi bien aux personnes à la recherche d'une première expérience d'emploi qu'aux employés déjà en poste souhaitant évoluer ou se reconvertir.

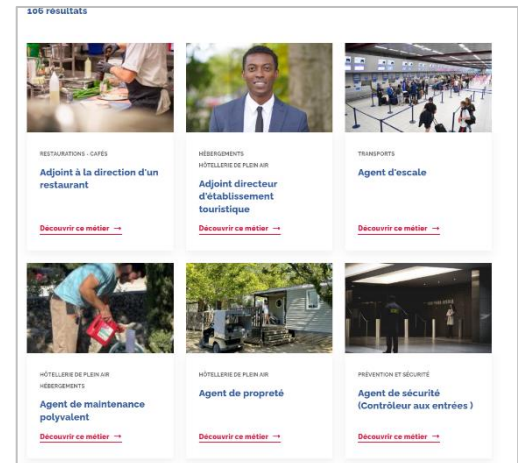
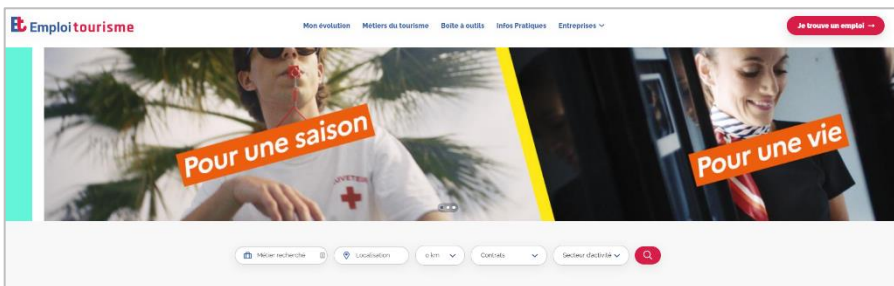


Pour accompagner ce lancement, une campagne de communication a également été lancée sur les réseaux sociaux (Linkedin, TikTok, Youtube, Facebook, Snapchat et Instagram), pour permettre de cibler notamment les jeunes générations.

Lien « *Mon emploi tourisme* »

La profession a également participé à la campagne de communication du gouvernement sur les emplois du tourisme en collaborant avec le site internet monemploi tourisme.fr.

La FNHPA a ainsi alimenté la plateforme du gouvernement avec des fiches métiers dédiés aux métiers de l'hôtellerie de plein air, a déposé des annonces d'emplois et mis en ligne des offres de formations en lien avec les métiers du secteur.



Annexe : les chiffres clefs du camping français

Lits touristiques marchands en France (en milliers)



Campings : 2742
Résidences de tourisme : 676
Hôtels : 1297
Auberges de jeunesse : 28
Chambres d'hôtes : 53
Meublés classés : 439
Villages vacances : 245

Capacités d'accueil européennes en HPA



France : 29,2%
Royaume-Uni : 16,7%
Allemagne : 10,8%
Pays-Bas : 9,1%
Italie : 7,8%
Espagne : 4,7%
Suède : 3,7%
Croatie : 3,0%
Autriche : 2,3%
Suisse : 1,4%
Belgique : 1,1%
Autres pays : 10,1%

Nombre de campings par catégorie de classement (source OT)



1 et 2 ★ : 29%
3 ★ : 33%
4 et 5 ★ : 21%
Non classés : 17%

Au cœur des campagnes françaises, un antidote au surtourisme

Nombre de camping par aire géographique (source INSEE 08/2017)



Rural et massifs : 55%
Littoral : 30%
Urbain hors Ile-De-France : 9,5%
Ile-De-France : 0,9%
Montagne ski : 4,5%

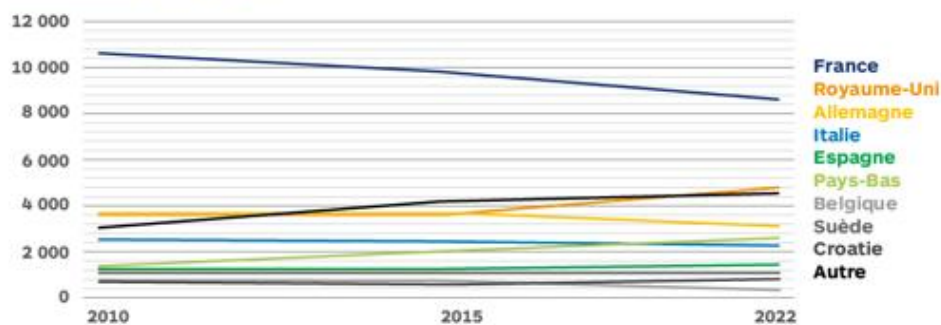
Premier mode d'hébergement pour les familles

Nuitées au 3^{ème} trimestre 2022 par mode d'hébergements - en millions (source INSEE informations rapides)



Campings : 102,2
Hôtels : 70,6
AHCT : 36,3

Évolution du nombre de campings en Europe depuis 2010 : attention danger !



Le leader du littoral

Nuitées au 3^{ème} trimestre 2022
(source INSEE informations rapides)



Campings : 66%
Hôtels : 18%
Autres : 16%

Les hébergements locatifs : soutien du modèle économique

3^{ème} trimestre 2022
(source INSEE informations rapides)



Emplacements nus :
45% des nuitées
Emplacements équipés :
55% des nuitées

La structuration de l'offre

(Source OT 2022)
Nombre de campings



Groupes intégrés :
755 campings
Chaînes commerciales :
564 campings
Indépendants privés et
publics : 6400 campings

La structuration de l'offre

(Source OT 2022)
Nombre d'emplacements



Groupes intégrés :
200272 emplacements
Chaînes commerciales :
105391 emplacements
Indépendants privés et
publics :
571133 emplacements

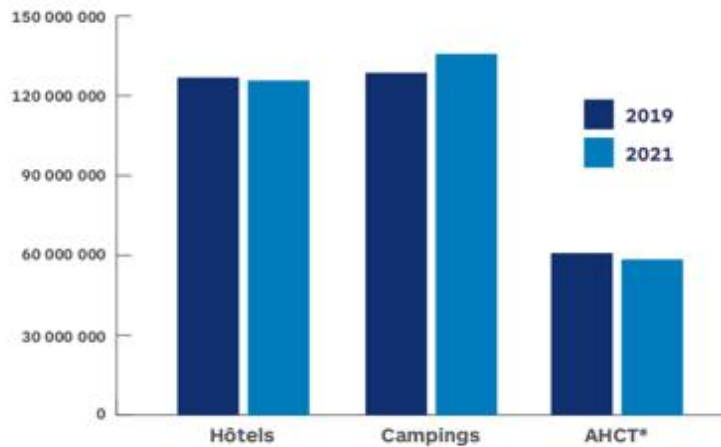
Entre emplacements nus et emplacements équipés, la force de la diversité



446000 emplacements nus
430000 emplacements équipés

Les clés du succès : la fidélité des classes populaires françaises et des Européens de proximité

(source OT 2022)
Nuitées d'avril à septembre - Evolution 2019/2022



* Autres Hébergements Collectifs Touristiques : résidences de tourisme, villages de vacances, auberges de jeunesse.