



FNHPA

FEDERATION NATIONALE
DE L'HOTELLERIE
DE PLEIN AIR

D O S S I E R D E P R E S S E

Camping 2026 : un moteur du dynamisme touristique au cœur des territoires

DOSSIER DE PRESSE 2026

SOMMAIRE

Communiqué de presse : Un moteur du dynamisme touristique au cœur des territoires

1. Bilan 2025 : une saison dynamique avec un attrait croissant pour les régions rurales

- Saison 2025 : une attractivité qui se confirme pour l'hôtellerie de plein air
- La clientèle française tire la fréquentation touristique à la hausse en 2025
- Un rééquilibrage entre les régions littorales et les régions rurales
- Une concentration de la fréquentation sur les campings de milieu de gamme
- Un regain pour les emplacements nus
- Des perspectives prometteuses pour la saison 2026

2. Etude Asterès 2026 : une empreinte socio-économique majeure dans les territoires

- Méthode : modéliser les effets d'entraînement des campings en France
- Résultats nationaux : une empreinte totale de 31 Mds€ et 196 000 emplois
- Dépenses des campings : 1,8 € d'activité supplémentaire pour chaque € de Chiffre d'affaires direct
- Dépenses des campeurs : un effet considérable via la consommation locale
- Empreinte locale : des effets décisifs sur le littoral et dans certains départements ruraux

3. Le camping face au changement climatique : s'adapter pour préserver les territoires

- Préserver une activité essentielle pour les territoires
- Des adaptations déjà concrètes sur le terrain
- Adapter le cadre pour lever les blocages
- Préserver les campings, c'est préserver les territoires
- Camping et vélo : un duo gagnant pour les territoires

Annexes

- Les chiffres clés du camping français
- Rapport « L'adaptation de l'hôtellerie de plein air au changement climatique »

Camping 2026 : Un moteur du dynamisme touristique au cœur des territoires

Bilan 2025 : une saison dynamique marquée par un attrait croissant pour les régions rurales

En 2025, l'hôtellerie de plein air totalise 147,5 millions de nuitées, soit une progression de +4,5 % par rapport à 2024, confirmant son rôle moteur du tourisme français. Pendant la seule saison estivale, les campings enregistrent 124,9 millions de nuitées, en hausse de +3,2 %, et renforcent leur place centrale dans la fréquentation touristique en France. Cette progression repose sur un équilibre solide entre une clientèle française en hausse, qui représente 70 % de la fréquentation, et une clientèle étrangère fidèle.

Le littoral demeure la destination privilégiée des vacanciers, mais les massifs de montagne et les territoires ruraux poursuivent également leur progression, confirmant un attrait croissant pour des destinations plus proches de la nature et de plus petite échelle. Dans un contexte de pression sur le pouvoir d'achat, les vacanciers arbitrent davantage leurs dépenses, ce qui favorise les campings de milieu de gamme et marque un retour en force des emplacements nus, plus souples et plus accessibles. Les premières tendances pour 2026 apparaissent encourageantes mais n'enregistrent pas encore l'attrait pour le tourisme domestique que le contexte géopolitique est susceptible d'entraîner.

Une empreinte socio-économique majeure dans les territoires

Au-delà de sa performance touristique, le camping constitue un levier économique de premier plan, en particulier pour ses territoires d'implantation. L'étude réalisée par Asterès pour la FNHPA estime à 31 milliards d'euros l'empreinte socio-économique totale du camping en France en 2025, pour 196 000 emplois équivalent temps plein, soit 0,5 % du PIB national. Cette contribution repose à la fois sur l'activité directe des campings, sur l'effet d'entraînement de leurs dépenses et sur les retombées liées à la consommation locale des campeurs.

Les seuls campings génèrent directement 4,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 34 540 emplois, auxquels s'ajoutent des effets indirects considérables au profit du reste de l'économie. Les dépenses des campeurs hors camping représentent à elles seules 9,8 milliards d'euros par an¹, principalement en transport, restauration et alimentation. L'impact territorial est particulièrement fort dans les départements littoraux et ruraux, où le camping soutient l'emploi, les commerces, les services et l'activité locale dans son ensemble. L'hôtellerie de plein air apparaît ainsi comme un moteur décisif du dynamisme économique de nombreux territoires.

Le camping face au changement climatique : s'adapter pour préserver les territoires

Parce qu'ils sont implantés au plus près des littoraux, des cours d'eau ou des espaces naturels, les campings sont directement exposés aux effets du changement climatique. Inondations, submersions, incendies et érosion du trait de côte menacent aujourd'hui près de 2 000 campings, qui concentrent à eux seuls la moitié de la fréquentation nationale. À l'horizon 2100, près de 1 000 campings pourraient être affectés par l'érosion côtière. Face à ces défis, les professionnels sont déjà engagés dans des solutions d'adaptations concrètes. Mais ces initiatives se heurtent encore à d'importants freins réglementaires et administratifs, notamment sur le littoral. C'est pourquoi la FNHPA a formulé 10 propositions d'évolution du cadre législatif et réglementaire, afin de faciliter les projets d'adaptation, de réaménagement ou de relocalisation des campings exposés aux risques naturels.

Permettre aux campings de s'adapter, c'est préserver une activité essentielle pour les territoires, protéger les personnes, maintenir une offre touristique accessible et soutenir durablement l'économie locale. Dans cette même logique, le développement du tourisme à vélo ouvre également de nouvelles perspectives à l'hôtellerie de plein air, en renforçant l'attractivité des territoires et en favorisant un tourisme plus mobile, plus diffus et plus ancré localement.

Contact presse

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

¹ Les 9,8 milliards incorporent des dépenses qui ne sont pas réalisées sur le territoire national, à cause du transport ou de la consommation de produits importés. Asterès impute donc dans l'économie française une impulsion de 7,4 milliards d'euros à partir de cette demande.

Bilan 2025 : une saison dynamique avec un attrait croissant pour les régions rurales

Saison 2025 : une attractivité qui se confirme pour l'hôtellerie de plein air

En 2025, l'hôtellerie de plein air totalise 147,5 millions de nuitées, soit une progression de +4,5 % par rapport à 2024, une dynamique légèrement supérieure à celle observée pour l'ensemble des hébergements collectifs de tourisme, qui enregistrent 460 millions de nuitées, en hausse de +3,1 % sur la même période. Cette progression intervient après une année 2024 plus modérée.

D'après l'Insee, la saison estivale 2025 (mai-août) confirme cette hausse, avec 257,8 millions de nuitées enregistrées pour les hébergements collectifs (+ 3,7 %) par rapport à 2024, portée par des mois de juin et juillet particulièrement dynamiques. Dans ce contexte, les campings renforcent leur rôle central dans la fréquentation touristique avec 124,9 millions de nuitées enregistrées, soit une hausse de 3,2 %.

Nuitées pendant la saison d'été dans les hébergements collectifs de tourisme

Mai à août 2025	Campings		Hôtels		Autres hébergements collectifs de tourisme		Total	
	Nuitées totales (en millions)	Evolution des nuitées 2025/2024 (en %)	Nuitées totales (en millions)	Evolution des nuitées 2025/2024 (en %)	Nuitées totales (en millions)	Evolution des nuitées 2025/2024 (en %)	Nuitées totales (en millions)	Evolution des nuitées 2025/2024 (en %)
France métropolitaine	124,9	+3,2	90,4	+4,4	42,5	+3,4	257,8	+3,7

Source : Insee

Derrière cette croissance, les signaux demeurent contrastés pour l'hôtellerie de plein air. Dans un contexte d'incertitudes, les professionnels observent des arbitrages budgétaires plus marqués de la part des vacanciers, ayant un impact direct sur le panier moyen. À titre d'exemple, l'attrait croissant pour les emplacements nus, moins onéreux que les emplacements équipés, soutient les volumes de réservations, mais exerce mécaniquement une pression à la baisse sur le chiffre d'affaires moyen par séjour dans les campings, entraînant des tensions sur la rentabilité de certains établissements.

La clientèle française tire la fréquentation touristique à la hausse en 2025

D'après Atout France, la clientèle résidente est le principal moteur de la hausse de la fréquentation touristique en 2025, avec 312,5 millions de nuitées domestiques enregistrées tous hébergements collectifs confondus, soit près de 7 nuitées sur 10 au total (+1,4 %). Parallèlement, la clientèle non-résidente contribue également fortement au dynamisme de l'année 2025. Tous hébergements collectifs confondus, les nuitées de la clientèle étrangère atteignent 147,5 millions, en progression de +7,0 % par rapport à 2024.

Il en est de même dans les campings où la clientèle française atteint 102,5 millions de nuitées en 2025 et représente 70 % de la fréquentation, en hausse de +4,1 % par rapport à la saison précédente. La fréquentation touristique étrangère poursuit sa progression et atteint 45,0 millions de nuitées, soit une hausse de +5,4 %, confirmant l'attractivité de la destination France.

Durant la saison estivale 2025 (mai-août), cette hausse continue d'être portée par les Européens de proximité, avec les Pays-Bas en tête qui enregistrent 12,2 millions de nuitées estivales, malgré une légère stabilisation (-0,9 %), suivis de l'Allemagne (9,7 millions, +7,3 %) et la Belgique (5,1 millions, +7,0 %) qui enregistrent une hausse significative de la fréquentation.

La progression de la fréquentation observée en 2025 repose ainsi sur un équilibre solide entre un socle domestique renforcé et une clientèle européenne fidèle. Cette complémentarité offre au secteur de l'hôtellerie de plein air une stabilité structurelle assez unique, dans un contexte de pression sur le pouvoir d'achat et d'arbitrages budgétaires plus stricts de la part des vacanciers.

Nuitées dans les campings pendant la saison d'été par pays de provenance

Pays de provenance	Mai-Août 2024	Mai-Août 2025
Résidents	84,4	87,4
Non-résidents, dont provenant de :	36,6	37,5
Pays-Bas	12,3	12,2
Allemagne	9,0	9,7
Belgique	4,8	5,1
Royaume-Uni	4,4	4,1
Suisse	1,9	2,0
Ensemble (en millions)	121,0	124,9

Source : Insee

Un rééquilibrage entre les régions littorales et les régions rurales

Durant la saison estivale 2025 (mai-août), le littoral, dont une partie importante est composée de villages ruraux, demeure la destination plébiscitée des vacanciers et concentre plus de la moitié des nuitées en camping avec une hausse de +3,3 %. Toutefois, le littoral enregistre une progression plus modérée que les massifs de montagne (+3,6 %) qui continuent d’attirer de plus en plus de vacanciers. Les territoires situés hors littoral et hors montagne enregistrent également une nette progression de +2,7%, confirmant l’embellie observée l’année précédente.

Nuitées pendant la saison d’été selon les espaces touristiques

Espaces touristiques	Hôtels (en millions)	Campings (en millions)	Autres hébergements collectifs de tourisme (en millions)	Ensemble (en millions)	Part des non-résidents (en %)
Mai-Août 2024					
Littoral	20,1	66,3	15,4	101,9	32,2
Massifs de montagne (hors littoral)	11,8	21,8	9,9	43,5	28,4
Hors littoral et montagne	54,7	32,8	15,8	103,2	42,1
Ensemble	86,6	121,0	41,1	248,6	38,0
Mai-Août 2025					
Littoral	20,6	68,5	15,5	104,6	33,7
Massifs de montagne (hors littoral)	12,0	22,6	10,0	44,6	29,8
Hors littoral et montagne	57,9	33,7	17,0	108,6	44,8
Ensemble	90,4	124,9	42,5	257,8	40,3

Source : Insee

Au cœur de l’été (juillet-septembre), la fréquentation des campings progresse par ailleurs davantage dans les communes rurales (+2,4 %) que dans les communes urbaines denses (+1,1 %). Cette évolution est portée tout particulièrement par la clientèle domestique (+2,7 %).

Cette dynamique confirme l’attrait croissant pour les régions rurales (campagnes, montagne), qui offrent souvent un tourisme à plus petite échelle, plus proche de la nature.

Cette évolution confirme la contribution de l’hôtellerie de plein air au dynamisme économique des territoires ruraux, en assurant une diffusion des flux touristiques au-delà des grandes agglomérations.

On constate que les régions de la moitié nord progressent nettement plus que les quatre championnes du sud (Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, PACA et Auvergne-Rhône-Alpes). Ces dernières concentrent toutefois encore plus de 62 % du total des nuitées, contre plus de 65 % huit ans auparavant.

Deux facteurs peuvent l’expliquer : la montée en gamme et l’amélioration qualitative des campings dans la moitié nord, ainsi que des conditions météorologiques plus favorables, liées au changement climatique.

Evolution de la fréquentation des régions de 2017 à 2025

Région	Avril-septembre 2017	Avril-septembre 2025	Évolution %
Île-de-France	1,6	1,9	18,70 %
Centre-Val de Loire	2	2,5	25 %
Bourgogne-Franche-Comté	3	3,5	16,70 %
Normandie	3,6	5,8	61,10 %
Hauts-de-France	2,4	4	66,70 %
Grand Est	2,9	4,2	44,80 %
Pays de la Loire	11,9	14,4	21,00 %
Bretagne	11,3	14,6	29,20 %
Nouvelle-Aquitaine	26,2	30,3	15,60 %
Occitanie	26,3	29,6	12,55 %
Auvergne-Rhône-Alpes	12,3	14,3	16,26 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur	16,2	17,8	9,90 %
Corse	4,3	4,4	2,30 %

Source : Insee

Nuitées pendant le troisième trimestre en camping selon la densité de la commune

Densité de la commune	Nuitées du trimestre		Evolution par rapport au troisième trimestre 2024 (en %)		
	Total (en millions)	% de nuitées des non-résidents	Total	Résidents	Non-résidents
Urbain dense	4,5	40,7	1,1	0,6	1,9
Urbain intermédiaire	33,1	27,4	1,8	1,3	3,0
Rural	69,4	31,5	2,4	2,7	1,8
Ensemble	107,0	30,6	2,2	2,2	2,1

Source : Insee

Une concentration de la fréquentation sur les campings de milieu de gamme

Au cœur de l'été (juillet-septembre), l'attrait pour les campings classés 4 et 5 étoiles continuent de croître (+3,3 %), totalisant près de 66 millions de nuitées, soit 61,4 % de l'ensemble des nuitées en camping. Ce succès répond aux attentes des vacanciers à la recherche de confort et d'une offre « all inclusive », même si la progression est moins marquée que sur la même période l'an dernier.

Les campings 3 étoiles voient leur fréquentation se stabiliser après plusieurs années en baisse (-2,7 % en 2024, -2,5 % en 2023, -3,5 % en 2022). Les établissements 1 et 2 étoiles enregistrent, quant à eux, un léger recul (-2,8 %), bien inférieur toutefois à celui de l'année précédente (-8,7 %). Ainsi, les campings dits de « milieu de gamme » apparaissent ainsi comme un juste compromis entre confort et accessibilité, dans un contexte où les vacanciers accordent une attention croissante à leur budget.

La plus forte progression de fréquentation cette année concerne une fois de plus les campings non classés (+8,7 %), qui ne représentent toutefois qu'une faible proportion du parc total (5%). Ces établissements, pour la plupart municipaux, constituent une solution très économique pour des segments de clientèle à la recherche de simplicité et de prix défiant toute concurrence.

Nuitées pendant le troisième trimestre en camping selon la catégorie d'établissement

Densité de la commune	Nuitées du trimestre		Evolution par rapport au troisième trimestre 2024 (en %)		
	Total (en millions)	% de nuitées des non-résidents	Total	Résidents	Non-résidents
Non classés	5,5	28,6	8,7	10,5	4,3
1 et 2 étoiles	9,1	28,4	-2,8	-2,1	-4,6
3 étoiles	26,6	31,4	0,0	-1,2	2,7
4 et 5 étoiles	65,7	30,8	3,3	3,5	2,6
Ensemble	107,0	30,6	2,2	2,2	2,1

Source : Insee

Un regain pour les emplacements nus

Alors que la fréquentation en emplacements nus était en léger recul en 2024 (-1% en mai-août), ces derniers ont bénéficié d'un regain d'intérêt en 2025 avec 52,7 millions de nuitées soit une hausse de 4,8 %.

Cette hausse, qui constitue l'un des faits marquants de l'été 2025, est davantage portée cette année par la clientèle domestique (+9,4 %). Elle s'inscrit dans un contexte où les vacanciers surveillent plus étroitement leurs dépenses et privilégient ainsi des formules plus souples et moins coûteuses. L'attrait pour les séjours en vans et camping-cars contribue également à cette évolution.

Par ailleurs, les territoires dits « verts » enregistrent une dynamique plus marquée sur ce type d'hébergement. En Bretagne, la fréquentation des emplacements nus progresse de +9,5 %, soit davantage que celle des emplacements équipés (+5,4 %), ou encore en Bourgogne-Franche-Comté où elle augmente de +5,2 %.

Les emplacements équipés restent toutefois plébiscités, avec une augmentation du volume de nuitées de +2,1 % sur la période mai-août 2025, atteignant ainsi 72,2 millions de nuitées. Dans plusieurs régions touristiques très fréquentées du littoral, ce type d'hébergement est toujours aussi prisé comme en Corse où il représente 55 % des nuitées et progresse de +11,3 %, tandis que les emplacements nus reculent (-6,4 %). En Occitanie, les emplacements équipés totalisent 19,7 millions de nuitées (+3,8 %), contre 9,9 millions pour les emplacements nus (+0,6 %).

Nuitées dans les campings pendant la saison d'été selon le type d'emplacement

Type d'emplacement	Mai-Août 2024	Mai-Août 2025
Nu	50,3	52,7
Équipé	70,7	72,2
Ensemble (en millions)	121,0	124,9

Source : Insee

Des perspectives prometteuses pour la saison 2026

Selon France Tourisme Observation (FTO), le baromètre Atout France FNHPA, l'hôtellerie de plein air affiche, à fin mars, une légère avance des réservations (+0,3 %) par rapport à la même période en 2025.

À fin mars², l'avant-saison se distingue par une dynamique positive, en nette progression par rapport à l'an dernier. Celle-ci est principalement portée par un niveau élevé de réservations pour les longs week-ends du mois de mai, notamment celui de l'Ascension. Ainsi, le mois de mai devrait à lui seul concentrer près de 40 % des séjours printaniers, porté par un calendrier particulièrement favorable : les 1^{er} et 8 mai tombant un vendredi, et la Pentecôte ayant lieu cette année en mai plutôt qu'en juin.

Le mois d'avril est stable par rapport à l'année dernière. Le mois de juin sera sans doute en retrait par rapport à 2025.

Si ces prévisions sont encore précoces, le cœur de l'été demeure néanmoins déterminant dans les intentions de réservation. À ce stade, le mois de juillet s'annonce pour l'instant en hausse, ce qui est de bon augure pour la réussite de la saison.

À l'exception de l'Île-de-France, la moitié nord apparaît pour l'instant en avance, notamment le Grand Est et la Normandie. La moitié sud apparaît légèrement moins dynamique, à l'exception de la Corse.

Les incertitudes liées au climat géopolitique ne se traduisent, pour l'heure, par une augmentation des réservations. On constate encore une certaine forme d'attentisme que les prochaines semaines pourraient lever entraînant un report significatif des destinations lointaines au profit des destinations européennes et hexagonales. Nul doute que les semaines à venir vont être à cet égard déterminantes.

² Chiffres du panel Ctovert pour la FNHPA.

Les campings en France : une empreinte socio-économique majeure dans les territoires

Etude qualitative Asterès pour la FNHPA réalisée en mars 2026.

Analyse complète disponible sur demande. Synthèse ci-dessous élaborée sur la base des conclusions Asterès.

Selon l'étude Asterès 2026, les campings contribuent fortement à la vitalité économique des territoires littoraux et ruraux en France, estimant son empreinte totale à 31 Mds€ d'activité et 196 000 emplois, en équivalent temps plein, en 2025, soit 0,5% du PIB français. L'empreinte des campings passe à la fois par leur poids direct, par l'effet d'entraînement des dépenses des campings et par l'effet d'entraînement des dépenses de touristes venus au camping.

Méthode : modéliser les effets d'entraînement des campings en France

La modélisation de l'empreinte d'une entreprise, d'une activité ou d'un secteur sur un territoire repose sur une philosophie générale : les acteurs économiques s'inscrivent dans de longues chaînes de dépendances et génèrent ainsi de la valeur chez leurs parties prenantes. Dans l'économie du tourisme, deux effets sont traditionnellement modélisés : les effets d'entraînement des dépenses des campings (salaires, achats, investissements), estimés via le modèle input-output d'Asterès (MIA), fondé sur les tableaux entrées-sorties de l'INSEE (Leontief, 1941), et l'effet dit « catalyseur » qui mesure les retombées des dépenses des touristes dans les territoires d'accueil (Archer, 1982 ; Fletcher, 1989).

La modélisation concerne l'ensemble des campings en France, incluant à la fois les touristes et les locataires. Le périmètre retenu prend en compte l'ensemble des publics qui logent dans les campings français, qu'ils soient résidents en France ou à l'étranger, et présents pour une nuitée ou pour des durées plus longues. Le nombre de nuitées est estimé à partir des données Insee par département, soit 147,3 millions de nuitées touristiques pour la France métropolitaine en 2025, auxquelles sont ajoutées les nuitées hébergements privés sur des parcelles louées sur de longues durées, estimées à 40 millions par la FNHPA. Asterès retient ainsi pour périmètre 187 millions de nuitées par an au total. Le nombre de campings, transmis par la FNHPA est de 7 637 établissements en France.

La modélisation de l'empreinte des campings en France repose sur les flux d'activité engendrés par les dépenses (campings et touristes) par secteur, qui sont ensuite traduits en valeur ajoutée et en emploi. Le modèle d'impact Asterès (MIA) a été développé depuis plusieurs années pour suivre ces flux.

Résultats nationaux : une empreinte totale de 31 Mds€ et 196 000 emplois

Dépenses des campings : 1,8 € d'activité supplémentaire pour chaque € de chiffre d'affaires direct

Les dépenses des campings sont élevées dans les territoires, avec à la fois le versement des salaires, les dépenses de consommations intermédiaires (alimentaire, entretien et maintenance, services) et les investissements (aménagement, construction).

A partir de données publiques et des livres de comptes d'une série témoin de campings, Asterès estime :

- L'empreinte socioéconomique directe des campings à 4,7 Mds€ de chiffre d'affaires pour 34 540 emplois en équivalent-temps-plein ;
- Les dépenses des campings sont estimées par Asterès à 4,5 Mds€ par an, concentrée sur les achats alimentaires et fourniture, et sur les salaires.

Ces flux génèrent 8,4 milliards d'euros d'activité supplémentaire dans le reste de l'économie, soit un multiplicateur de 1,8, supérieur à la moyenne des entreprises françaises qui se situe à 1,4. En termes d'emploi, les 34 540 ETP directs de la filière entraînent 47 620 ETP supplémentaires, soit un multiplicateur de 1,4 (contre 1,8 pour la moyenne des entreprises françaises).

Empreinte directe et effet des dépenses des campings

	Effets directs	Effets des dépenses	Multiplicateur
Emploi (ETP)	34 540	47 619	1,4
Chiffre d'affaires (md€)	4,7	8,4	1,8
Valeur ajoutée (md€)	2,5	4,3	1,7

Dépenses des campeurs : un effet considérable via la consommation locale

A partir de données publiques, Asterès estime que chaque campeur dépense en moyenne 52 euros par jour hors camping (soit environ 300 euros par séjour), principalement en transport (28 %), restauration (20 %) et alimentation (18 %).

Rapportées à l'ensemble des nuitées, ces dépenses s'élèvent à 9,8 milliards d'euros par an³, entraînant un effet considérable sur les économies locales.

³ Les 9,8 milliards incorporent des dépenses qui ne sont pas réalisées sur le territoire national, à cause du transport ou de la consommation de produits importés. Asterès impute donc dans l'économie française une impulsion de 7,4 milliards d'euros à partir de cette demande.

Répartition des dépenses des touristes

Transport	28%
Cafés et restaurants	20%
Aliments et boissons	18%
Biens de consommation durables spécifiques	12%
Autres biens de consommation et autres services	12%
Activités sportives et de loisirs	8%
Musées et spectacles	2%

D'après la modélisation, ce sont ainsi 114 000 emplois qui sont générés en France et 17,8 milliards d'euros d'activité au total. Les dépenses des touristes, souvent appelées « effet catalyseur », ont ainsi un impact considérable et sont indirectement attribuables à la présence des campings sur les territoires concernés.

Empreinte directe et effet des dépenses des touristes

	Dépenses des touristes	Effets des dépenses
Emploi (ETP)	54 925	58 956
Chiffre d'affaires (md€)	7,4	10,4
Valeur ajoutée (md€)	3,3	5,1

Empreinte nationale : 196 000 emplois en France au total

L'empreinte socioéconomique complète du camping en France est estimée par Asterès à 31 Mds€ d'activité, 15 Mds€ de valeur ajoutée et 196 000 emplois ETP. L'effet des campings, de leurs dépenses et des dépenses des touristes est donc massif et concentre 0,5% du PIB national. L'empreinte emploi totale des campings est bien supérieure à un secteur comme l'industrie pharmaceutique (130 000 emplois directs) et atteint presque le volume de l'industrie aéronautique et spatiale (220 000 emplois directs). Les campings, les dépenses des touristes et leurs effets d'entraînement représentent ainsi l'ensemble de l'emploi à Aix-en-Provence (178 000) ou encore à Angers (174 000) ou bien plus qu'au Havre (122 000).

Pour chaque emploi direct dans un camping, 4,7 emplois sont générés dans le reste de l'économie. Ce multiplicateur se divise entre 1,4 emploi lié aux dépenses des campings et 3,3 emplois liés aux dépenses des touristes. L'effet catalyseur, *via* les dépenses des touristes, joue ici un rôle crucial dans la création de valeur des campings dans les territoires.

Empreinte des campings

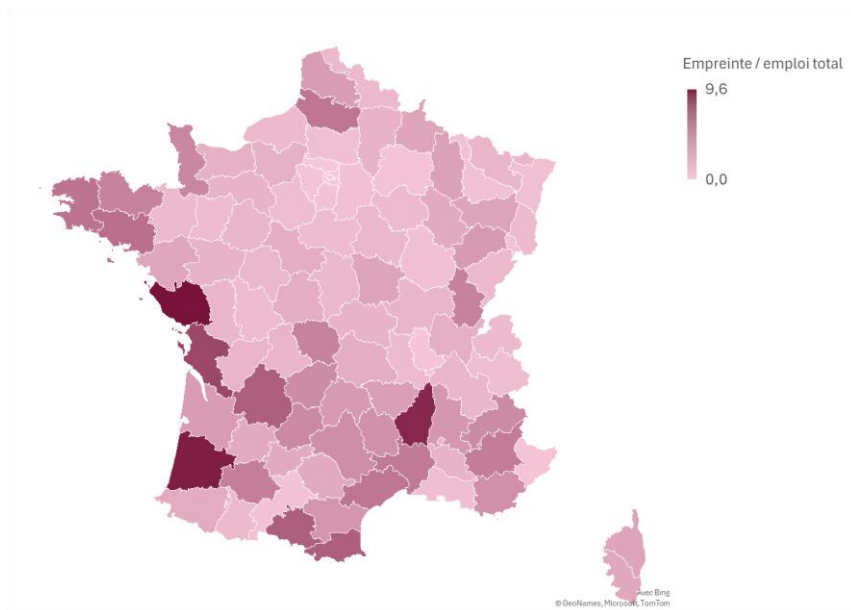
	Effet direct des campings	Effet d'entraînement des dépenses des campings	Effet direct des dépenses des touristes	Effet d'entraînement des dépenses des touristes	Effet total
Emploi (ETP)	34 540	47 619	54 925	58 956	196 041
Chiffre d'affaires	4,7 Md€	8,4 Md€	7,4 Md€	10,4 Md€	30,9 Md€
Valeur ajoutée	2,5 Md€	4,3 Md€	3,3 Md€	5,1 Md€	15,2 Md€

Empreinte locale : des effets décisifs sur le littoral et dans certains départements ruraux

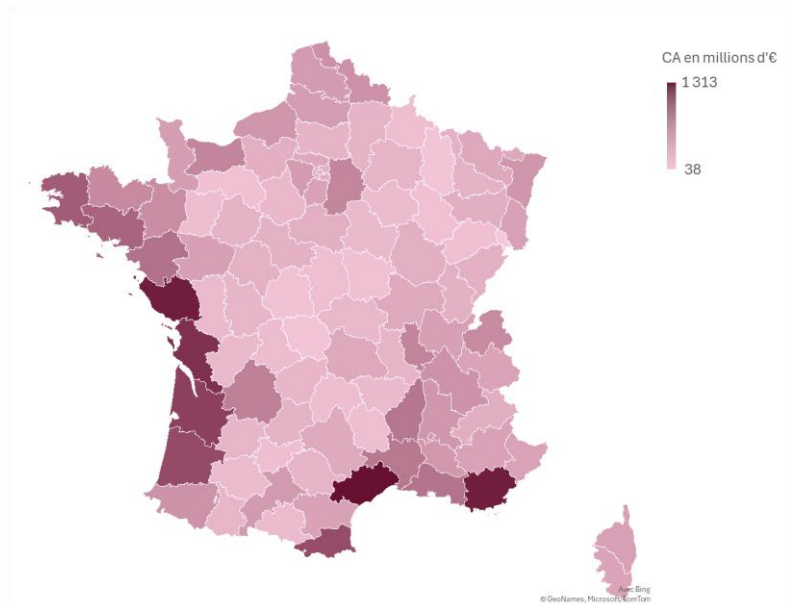
Par territoire, l'empreinte est souvent considérable, notamment dans les départements littoraux, avec 9 000 emplois (ETP) dans l'Hérault, 8 500 emplois en Vendée, 8 300 dans le Var, ou encore 7 400 en Charente-Maritime. La contribution locale se mesure aussi en fonction du poids dans l'emploi départemental total, en particulier dans les Landes (7,4%), l'Ardèche (6,4%), les Pyrénées-Orientales (6,3%) et les Alpes-de-Haute-Provence (5,6%). Le camping et ses effets d'entraînement constituent alors un levier majeur de développement économique local, avec des effets qui se diffusent dans l'ensemble du département et à de nombreux secteurs.

Enfin, Asterès a modélisé l'effet dans un département rural type : pour 88 campings installés, 1 030 emplois sont générés, soit 3% de l'emploi total et 160 millions d'euros d'activité sont générés dans les entreprises du département. Ces résultats locaux sont en phase avec les spécificités des campings en termes d'emplacement : 77% sont situés en zone rurale et 52% dans des communes de moins de 2 000 habitants.

Empreinte des campings sur l'activité par département (CA en M€)



Empreinte des campings sur l'emploi rapporté à l'emploi total (%)



Partie 3 : le camping face au changement climatique : s'adapter pour préserver les territoires

Préserver une activité essentielle pour les territoires

Comme le montre l'analyse de l'impact économique des campings, l'hôtellerie de plein air constitue un moteur majeur du dynamisme touristique, en particulier dans les territoires ruraux et de montagne. Cette contribution essentielle implique aujourd'hui de tout mettre en œuvre pour maintenir cette activité, et lorsque cela est possible, la développer.

Or, ce modèle est directement exposé aux effets du changement climatique. Implantés au plus près des littoraux, des cours d'eau ou des espaces naturels, les campings font face à une intensification des risques : inondations, submersions, incendies ou érosion du trait de côte. Près de 2 000 campings sont aujourd'hui situés en zones à risque et concentrent à eux seuls la moitié de la fréquentation nationale. D'ici 2100, l'érosion du trait de côte pourrait affecter près de 1 000 campings.

Dans ce contexte, l'adaptation des campings apparaît comme une condition indispensable pour préserver durablement l'activité touristique dans les territoires.

Des adaptations déjà concrètes sur le terrain

Par nature, les campings sont le mode d'hébergement le plus directement en lien avec l'environnement. Leur



attractivité repose sur la qualité des espaces naturels dans lesquels ils s'inscrivent, dont ils dépendent fortement. Cette proximité crée une responsabilité particulière et conduit, depuis de nombreuses années, les campings à s'inscrire dans une logique de gestion et de valorisation durables des sites, en conciliant attractivité touristique et respect des équilibres naturels. Partout en France, des démarches concrètes sont déjà engagées pour faire face à ces évolutions.

Dans les zones inondables, les aménagements évoluent : surélévation des hébergements, installation de structures sur pilotis, adaptation des bâtiments ou réorganisation des emplacements. À Bracieux, des habitations légères ont ainsi été installées sur pilotis avec un plancher au-dessus de la cote de crue. En Dordogne, des résidences mobiles surélevées ont permis de mieux faire face à des épisodes de crue.

Bracieux -Habitation légère de loisirs sur pilotis

Les bâtiments d'exploitation sont également repensés. À Sérignan Plage, la réception a été conçue pour laisser circuler l'eau grâce à un plancher surélevé. En Ardèche, les logements des salariés ont été installés à l'étage, au-dessus des locaux techniques, afin de mieux protéger les personnes et les équipements en cas de crue.



Sérignan plage - Une réception de camping conçue pour laisser circuler l'eau sous le bâtiment

Sur le littoral, les adaptations passent souvent par des réaménagements à l'échelle des sites : déplacement d'emplacements, réorganisation du terrain ou repositionnement vers des zones moins exposées. Dans certains cas, des solutions transitoires, comme le maintien ou le renforcement d'ouvrages de protection, permettent de sécuriser l'activité à court terme, notamment à Lacanau, Seignosse ou dans le Verdon.



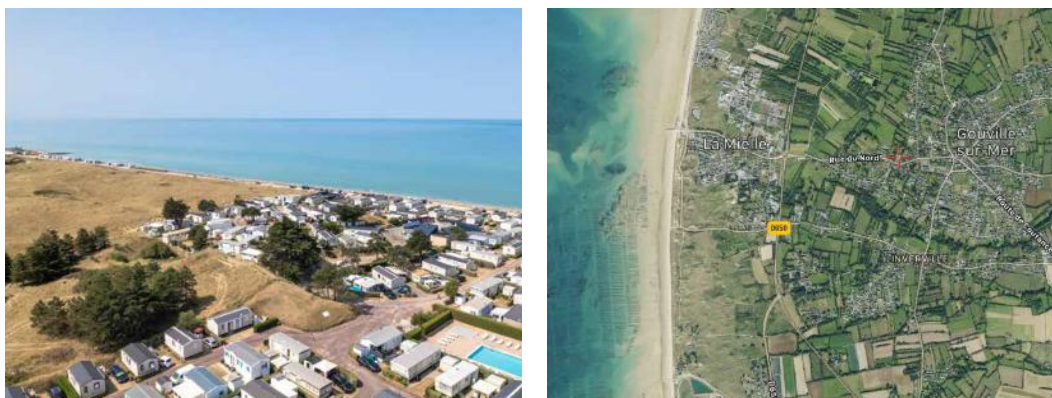
Verdon - Les ouvrages de protection des berges, un élément déterminant pour le maintien de l'activité



Quiberville-sur-Mer - Renaturation complète de l'ancienne assiette foncière du camping après sa relocalisation

Enfin, lorsque cela devient nécessaire, des projets de relocalisation peuvent être engagés. À Quiberville-sur-Mer, le déplacement du camping a permis à la fois de maintenir l'activité touristique et de renaturer entièrement un site désormais trop exposé.

Ces démarches soulèvent toutefois un véritable dilemme : à Gouville-sur-Mer, par exemple, l'enjeu est de trouver une solution suffisamment proche du rivage pour conserver l'attractivité touristique du site, tout en restant compatible avec les contraintes associées à un littoral fragilisé et un trait de côte en recul.



Gouville-sur-mer- Le dilemme de la relocalisation à proximité ou à plus d'un kilomètre.

Ces exemples illustrent une réalité : les campings s'adaptent déjà, avec des solutions concrètes et opérationnelles.

Adapter le cadre pour lever les blocages

Si les initiatives existent, elles se heurtent encore trop souvent à des freins réglementaires et administratifs liés à la superposition des règles d'urbanisme, de prévention des risques et de protection des espaces naturels.

La difficulté est particulièrement marquée dans la bande littorale des 100 mètres, où l'aménagement et l'ouverture de nouveaux terrains de camping sont en principe interdits, alors même que près de 600 campings sont justement situés tout ou en partie dans cette bande.

A la suite du troisième Plan national d'adaptation au changement climatique (PNACC) lancé par le Gouvernement en mars 2025, la profession s'est mobilisée pour identifier ces blocages et proposer des solutions concrètes.

La FNHPA a ainsi élaboré 10 propositions d'évolutions le cadre législatif et réglementaire, afin de faciliter les projets d'adaptation, de réaménagement ou de relocalisation des campings, tout en prenant mieux en compte les risques naturels.

Ces propositions ont été synthétisées dans un rapport remis le 26 novembre dernier au Ministre des Petites et moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat, Serge Papin, lors d'une conférence parlementaire organisée par le Sénateur de l'Yonne Jean-Baptiste Lemoyne au Sénat sur le thème : « L'Hôtellerie de plein air : un atout touristique de nos territoires face aux risques climatiques ».

Présentation du rapport à l'occasion de la conférence parlementaire « L'Hôtellerie de plein air : un atout touristique de nos territoires face aux risques climatiques ».

Les 10 propositions de la FNHPA pour rendre l'adaptation possible :

- 1. Régime dérogatoire spécifique à l'HPA :** créer un cadre juridique d'exception conditionnée permettant la relocalisation ou le réaménagement de campings exposés à un risque.
- 2. Relocalisation en discontinuité contrôlée :** autoriser la relocalisation partielle ou totale hors continuité de l'urbanisation, sur des sites attractifs et moins exposés.
- 3. Adaptation en continuité de l'existant :** permettre la relocalisation et les travaux de réduction de vulnérabilité à proximité immédiate du site.
- 4. Relocalisation partielle dans la bande des 100 mètres :** autoriser la relocalisation interne sans extension du périmètre global, avec réduction de la vulnérabilité.
- 5. Extension des dérogations prévues par la loi Climat et Résilience :** ouvrir la possibilité de relocalisation à proximité du rivage lorsque cela diminue le risque.
- 6. Neutralité foncière et ZAN :** considérer comme désartificialisées les surfaces renaturées dans les cinq ans suivant la relocalisation.
- 7. Maintien temporaire des protections existantes :** autoriser la consolidation et l'entretien des ouvrages de protection.
- 8. Reconnaissance des projets résilients :** faciliter la mise en œuvre d'hébergements résilients et les relocalisations réduisant la vulnérabilité.
- 9. Sécurisation juridique et réduction des délais :** accélérer les procédures d'instruction et de contentieux en attribuant la compétence directe aux Cours administratives d'appel.
- 10. Création de zones préférentielles de relocalisation :** identifier des zones à aléa faible et intérêt touristique pour accueillir les projets d'adaptation.



Remise du rapport au ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat, Serge Papin, en présence du sénateur de l'Yonne Jean-Baptiste Lemoyne.

Préserver les campings, c'est préserver les territoires

Au-delà des établissements eux-mêmes, c'est l'ensemble de l'économie locale qui est en jeu. Lorsqu'un camping disparaît, ce sont aussi des emplois, des commerces, des services et une partie de l'attractivité du territoire qui sont fragilisés.

Permettre aux campings de s'adapter au changement climatique, c'est donc à la fois continuer de protéger les personnes, préserver une offre touristique accessible et soutenir l'activité économique locale, en intégrant les contraintes environnementales. Adapter les campings, c'est, en définitive, permettre aux territoires de mieux concilier tourisme, économie et environnement.

Camping et vélo : un duo gagnant pour les territoires

Dans le prolongement des enjeux de développement durable évoqués précédemment, le tourisme à vélo s'impose comme une illustration concrète d'une offre touristique plus sobre, plus respectueuse de l'environnement et mieux ancrée dans les territoires. Le développement de cette pratique ouvre ainsi de nouvelles perspectives à l'hôtellerie de plein air.

Par son maillage territorial, sa proximité avec les itinéraires et sa capacité à accueillir aussi bien une halte d'une nuit qu'un séjour de plusieurs jours, le camping répond particulièrement bien aux attentes des clientèles cyclistes. Cette dynamique se traduit concrètement par la montée en puissance du label *Accueil Vélo*, qui distingue les établissements situés à proximité d'un itinéraire cyclable et proposant des services adaptés : abri vélo couvert et fermé, kit de réparation, prise de recharge pour les vélos à assistance électrique, auxquels peuvent s'ajouter, selon les sites, le lavage et séchage du linge ou encore le transfert de bagages. France Vélo Tourisme recense aujourd'hui 1 101 campings Accueil Vélo en France, au sein d'un réseau de 8 500 établissements Accueil Vélo.

Cette progression accompagne une transformation plus large des usages. Le vélo à assistance électrique a profondément élargi le public du tourisme à vélo, notamment aux familles et aux seniors, tout en rendant possibles des étapes plus longues et l'accès à des territoires jusque-là moins fréquentés. Les pratiques se diversifient également : les couples et les clientèles en itinérance recherchent davantage la mobilité et l'étape, tandis que les familles privilégient plus souvent un point de chute à partir duquel elles rayonnent à la journée. L'essor du gravel comme du bikepacking élargit encore les possibilités de parcours et de découverte.



Le camping s'impose ainsi comme un accueil naturel du tourisme à vélo. Cela concerne aussi bien le cyclotouriste en itinérance que le vacancier qui souhaite découvrir le territoire à la journée, et offre à des espaces parfois éloignés des grands flux touristiques un levier supplémentaire d'attractivité. En renforçant l'accueil des clientèles à vélo, les campings soutiennent la fréquentation des itinéraires, diffusent les

retombées économiques dans les communes traversées et participent à l'essor d'un tourisme plus mobile, plus diffus et plus ancré localement. Cela contribue au final à une meilleure répartition des flux touristiques !

Accueil Vélo : un label en plein essor dans l'hôtellerie de plein air

Le label Accueil Vélo garantit aux cyclotouristes un hébergement proche d'un itinéraire et des services adaptés à leurs besoins immédiats : stationnement sécurisé, petit dépannage, recharge des vélos électriques et, selon les établissements, services utiles à l'itinérance comme la bagagerie ou l'entretien du linge. Son développement confirme la place croissante du camping dans l'écosystème du tourisme à vélo.



Annexe : rapport « L'adaptation de l'hôtellerie de plein air au changement climatique »

Rapports complets disponibles sur demande.

