



ÉTUDES ÉCONOMIQUES

ANALYSES

Profils et pratiques des camping-caristes en France

Enquête auprès des camping-caristes en visite en France – Été 2017

Date de parution : Juin 2018

Couverture : H el ene Alias-Denis, Brigitte Baroin
 dition : Martine Automme, Nicole Merle-Lamoot

ISBN : 978-2-11-151567-3

Profils et pratiques des camping-caristes en France



Enquête auprès des camping-caristes en visite
en France – Été 2017

MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE

François-Pierre GITTON	DGE, bureau de la Prospective, des Études et de l'Évaluation économiques
Caroline NAGIEL	UNI VDL
Laëtitia CUIGNET	DGE, bureau de la Prospective et de l'Évaluation économiques
Nathalie PUYHARDY	DGE, Sous-Direction du Tourisme
Dominique PATEBEX	DGE, Sous-Direction du Tourisme

Les enquêtes terrain et la rédaction du présent rapport ont été réalisées par les cabinets de conseil :

OBJECTIF TERRAIN

3 bis Rue de l'Essai
75005 PARIS
Tél. : +33 (0)9 81 92 98 29
Fax : +33 (0)9 81 70 86 99
<http://www.objectifterrain.fr/>

TRACES TPI

4, rue de la friperie
71700 TOURNUS
Tél. : +33 (0)3 85 51 30 16
Fax : +33 (0)3 85 51 34 16
www.tracestpi.com

Consultants :

Jean-Pierre DUBLE, Objectif Terrain, directeur de mission ;
Anne-Marie CHARUEL, Objectif Terrain, responsable de projets ;
Marie-Luce GEORGET, Traces TPI, consultant

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier l'ensemble des offices de tourisme, des campings et des loueurs qui ont accepté de relayer cette enquête auprès des camping-caristes français et étrangers.

SOMMAIRE

SOMMAIRE	7
RESUMÉ	11
PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE	13
Rappel des objectifs	13
Dispositif de collecte	13
Date de terrain	13
Dispositif d'enquête	13
Echantillon d'analyse	13
Lieux d'enquête	14
Mode de recueil des données	15
Traitements et redressements	16
Étape 1 : Calcul des poids relatif pour chaque mode de collecte	16
Étape 2 : Calcul des objectifs à atteindre pour l'échantillon	16
Étape 3 : calcul des poids (redressement de l'échantillon pour arriver aux contraintes ci-dessus)	16
RÉSULTATS GLOBAUX	17
Profil des camping-caristes	17
<i>Carte d'identité des camping-caristes</i>	17
Des camping-caristes âgés en moyenne de 56,8 ans	17
Des camping-caristes majoritairement retraités	18
Un séjour réalisé principalement en couple	19
La place importante des animaux domestiques	20
<i>Le poids majeur de la clientèle française</i>	20
Une fréquentation française	20
L'origine des camping-caristes étrangers	20
55% des camping-caristes originaires de 3 principaux pays	21
<i>Des camping-caristes étrangers habitués à venir en France</i>	21
Une clientèle régulière de la destination « France »	21
Une clientèle attirée par la réputation des sites touristiques et la facilité d'accès	22
<i>Type et propriété du véhicule</i>	23
88% des camping-caristes propriétaires de leur camping-car sur la période	23
Les familles : les clientèles les plus sujettes à la location	23
Les camping-cars « profilé » les plus rencontrés en France	23
<i>Fréquence d'utilisation du camping-car</i>	24
Une utilisation moyenne de 41 jours/ an pour les Français et les étrangers	24
<i>Evolution de la clientèle au fil de la saison</i>	25
Des étrangers qui repartent plus tard dans la saison	25
Des clientèles plus âgées sur les ailes de saison	25
Des camping-caristes en couple ou entre amis plus présents sur les ailes de saison	25
Caractéristiques des séjours	25
<i>Type et durée des séjours</i>	25
Une durée moyenne de séjour de 20,9 jours	25
49% des nuitées passées sur les aires de stationnement	26
<i>Sites visités en camping-car</i>	26
<i>Activités et outils d'organisation</i>	28
Une clientèle qui plébiscite les visites culturelles et patrimoniales	28
La pratique sportive en seconde position des activités pratiquées	28
L'attractivité de l'évènementiel en France	28
Outils d'organisation du séjour : la place des offices de tourisme	28
<i>Habitudes de consommation et dépenses</i>	29
Des habitudes de consommation impactées par l'usage du camping-car	29
Une participation non-négligeable à l'économie locale et nationale	30

<i>Préférences associées à l'utilisation du camping-car</i>	30
La vidange et le ravitaillement du camping-car	30
Le stationnement du camping-car en journée	31
Le stationnement du camping-car la nuit	31
Satisfaction des camping-caristes en séjour en France	32
<i>Le stationnement en journée</i>	32
<i>Le stationnement nocturne</i>	33
<i>La destination</i>	34
Place de la France en tant que destination « camping-car »	35
<i>Part de la France dans les nuitées réalisées</i>	35
Part de la France dans les nuitées réalisées chaque année en général	35
<i>Place de la France dans le top 3 des destinations « camping-car » préférées</i>	36
<i>Les arguments de la compétitivité française</i>	37
PORTRAIT DE CLIENTÈLES	39
Les camping-caristes français	39
<i>Profil des camping-caristes</i>	39
Carte d'identité	39
Type et propriété du séjour en camping-car	39
Fréquence d'utilisation du camping-car	39
Une présence forte sur la haute-saison	39
<i>Caractéristiques du séjour</i>	39
Durée moyenne du séjour et des haltes	39
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	39
Préférences	40
Habitudes de consommation et dépenses	40
<i>Regard sur la destination « France »</i>	40
Satisfaction : principaux enseignements	40
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	40
Les camping-caristes étrangers	41
<i>Profil des camping-caristes</i>	41
Carte d'identité	41
Type et propriété du séjour en camping-car	41
Fréquence d'utilisation du camping-car	41
Une présence forte sur la haute-saison	41
Profil : principales évolutions entre 2015 et 2017	41
<i>Caractéristiques du séjour</i>	42
Durée moyenne du séjour et des haltes	42
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	42
Préférences	42
Habitudes de consommation et dépenses	42
Comportement de séjour : principales évolutions entre 2015 et 2017	42
<i>Regard sur la destination « France »</i>	43
Satisfaction : principaux enseignements de l'étude 2017 et évolutions	43
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	44
Les camping-caristes allemands	45
<i>Profil des camping-caristes</i>	45
Carte d'identité	45
Type et propriété du séjour en camping-car	45
Fréquence d'utilisation du camping-car	45
Une présence forte sur la haute-saison	45
Habitue de séjour en camping-car en France	45
Choix de la destination	45
<i>Caractéristiques du séjour</i>	45
Durée moyenne du séjour et des haltes	45
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	46
Préférences	46

Habitudes de consommation et dépenses	46
<i>Regard sur la destination « France »</i>	46
Satisfaction : principaux enseignements	46
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	46
Les camping-caristes belges	47
<i>Profil des camping-caristes</i>	47
Carte d'identité	47
Type et propriété du séjour en camping-car	47
Fréquence d'utilisation du camping-car	47
Une présence forte sur la haute-saison	47
Habitude de séjour en camping-car en France	47
Choix de la destination	47
<i>Caractéristiques du séjour</i>	47
Durée moyenne du séjour et des haltes	47
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	48
Préférences	48
Habitudes de consommation et dépenses	48
<i>Regard sur la destination « France »</i>	48
Satisfaction : principaux enseignements	48
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	48
Les camping-caristes néerlandais	49
<i>Profil des camping-caristes</i>	49
Carte d'identité	49
Type et propriété du séjour en camping-car	49
Fréquence d'utilisation du camping-car	49
Une présence forte sur la haute-saison	49
Habitude de séjour en camping-car en France	49
Choix de la destination	49
<i>Caractéristiques du séjour</i>	49
Durée moyenne du séjour et des haltes	49
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	50
Préférences	50
Habitudes de consommation et dépenses	50
<i>Regard sur la destination « France »</i>	50
Satisfaction : principaux enseignements	50
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	50
Les camping-caristes britanniques	51
<i>Profil des camping-caristes</i>	51
Carte d'identité	51
Type et propriété du séjour en camping-car	51
Fréquence d'utilisation du camping-car	51
Une présence forte sur la haute-saison	51
Habitude de séjour en camping-car en France	51
Choix de la destination	51
<i>Caractéristiques du séjour</i>	51
Durée moyenne du séjour et des haltes	51
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	52
Préférences	52
Habitudes de consommation et dépenses	52
<i>Regard sur la destination « France »</i>	52
Satisfaction : principaux enseignements	52
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	52
Les camping-caristes italiens	53
<i>Profil des camping-caristes</i>	53
Carte d'identité	53
Type et propriété du séjour en camping-car	53
Fréquence d'utilisation du camping-car	53
Une présence forte sur la haute-saison	53
Habitude de séjour en camping-car en France	53

Choix de la destination	53
<i>Caractéristiques du séjour</i>	53
Durée moyenne du séjour et des haltes	53
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	53
Préférences	54
Habitudes de consommation et dépenses	54
<i>Regard sur la destination « France »</i>	54
Satisfaction : principaux enseignements	54
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	54
Les conducteurs de véhicule « profilé »	55
<i>Profil des camping-caristes</i>	55
Carte d'identité	55
Propriété du camping-car	55
Fréquence d'utilisation du camping-car	55
Une présence forte sur la haute-saison	55
Habitue de séjour en camping-car en France	55
Choix de la destination	55
<i>Caractéristiques du séjour</i>	55
Durée moyenne du séjour et des haltes	55
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	56
Préférences	56
Habitudes de consommation et dépenses	56
<i>Regard sur la destination « France »</i>	56
Satisfaction : principaux enseignements	56
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	56
Les conducteurs de « van »	57
<i>Profil des camping-caristes</i>	57
Carte d'identité	57
Propriété du van	57
Fréquence d'utilisation du camping-car	57
Une présence forte sur la haute-saison	57
Habitue de séjour en camping-car en France	57
Choix de la destination	57
<i>Caractéristiques du séjour</i>	57
Durée moyenne du séjour et des haltes	57
Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme	57
Préférences	58
Habitudes de consommation et dépenses	58
<i>Regard sur la destination « France »</i>	58
Satisfaction : principaux enseignements	58
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès	58
Comparaison entre les marchés	59
Bilan et enseignements de l'étude	69
ANNEXES	71
INDEX DES ILLUSTRATIONS	75
Index des tableaux	75
Index des graphiques	75

RESUMÉ

Phénomène quasi « marginal » jusqu'au début des années 1990, le tourisme en camping-car a connu un essor spectaculaire ces dernières années. 1,8 million de camping-cars circulent aujourd'hui en Europe avec des pratiques et des adeptes de plus en plus variés (du couple de séniors à la famille avec enfants en bas-âge).

La France, au regard de sa position géographique, de son réseau d'accueil et de la richesse de son patrimoine est l'une des destinations phare de ces touristes.

Dans le même temps, le profil et les attentes de ces touristes sont aujourd'hui faiblement appréhendés avec, pour certains territoires, des difficultés d'accueil de ce type de tourisme qui restent importantes.

Dans ce contexte, cette étude vise à :

- Dresser le profil des camping-caristes étrangers ;
- Appréhender leurs attentes et leur retour d'expérience sur le territoire français ;
- Établir le « portrait- type » des séjours réalisés (avec qui, où, sur quels sites, combien de temps...)
- Mettre en évidence les dépenses générées par ces séjours ;
- Identifier les leviers d'optimisation de la satisfaction ;
- Agréger des éléments tangibles de réflexion pour performer en matière d'accueil et de promotion ;
- Évaluer les évolutions perçues entre 2015 et 2017 auprès de la clientèle étrangère.

Le dispositif d'enquête réparti sur l'ensemble du territoire français a permis de détailler le profil et les comportements de séjour de huit marchés prioritaires ou en fort développement :

- France ;
- Étranger ;
- Allemagne ;
- Belgique ;
- Royaume-Uni ;
- Pays-Bas ;
- Italie ;
- Conducteurs de véhicules « profilé » ;
- Conducteurs de véhicules de type « van » ou « fourgon aménagé ».

Enfin, le travail de croisement statistique a également permis d'établir des données détaillées sur la place du phénomène « camping-car » dans l'activité touristique française de l'été 2017.

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

Rappel des objectifs

En dehors des statistiques d'immatriculations (1,5 million de camping-cars immatriculés en Europe, dont un peu plus de 400 000 en France), les pratiques des camping-caristes sont largement méconnues. Dans le même temps, la France qui est, tous modes d'hébergement confondus, la première destination touristique au monde, est sans doute la 1^{ère} destination des camping-caristes en Europe. Cela tient bien sûr, à la fois à la richesse de son patrimoine, à sa position sur le continent et peut-être à l'accueil favorable généralement réservé aux adeptes de ce mode de loisirs (nombreuses aires de stationnement, places spécifiques dans les campings...).

En 2015, la réalisation d'une enquête auprès des camping-caristes étrangers avait permis de mieux apprécier la réalité de cette fréquentation sur le territoire métropolitain et d'en préciser les contours.

Ainsi, la réalisation d'une enquête auprès des camping-caristes français et étrangers entre le 1^{er} juin et le 31 septembre 2017 doit permettre de mieux cerner les clientèles françaises (profils, comportements de séjours, préférences...), d'approfondir la connaissance des clientèles étrangères et d'identifier les dynamiques existantes en termes de satisfaction au regard de la mise en perspective des résultats de 2015.

Il s'agit de préciser au niveau global, qu'il s'agisse des français et des étrangers, l'origine géographique de la fréquentation, l'âge moyen, la catégorie socioprofessionnelle, la durée de leur séjour, les habitudes de fréquentation, les lieux visités, le budget consacré au séjour...

L'étude vise également à mesurer le niveau de satisfaction (voire d'insatisfaction et les motifs s'y rapportant) des camping-caristes par rapport à la destination France (comparativement aux autres pays visités), leur appréciation à propos des divers équipements et à mieux connaître leurs attentes.

Cette étude a été réalisée par la société Objectif Terrain, responsable de la collecte de données et le cabinet Traces TPI en charge de l'analyse et de la mise en perspective des résultats.

Le présent rapport détaille l'ensemble des résultats collectés et des grandes tendances observées.

Il vise à donner aux décideurs touristiques (Etat, collectivités, acteurs privés...) une vision d'ensemble de cette clientèle afin qu'ils puissent, sur des bases tangibles, adapter leurs interventions.

Dispositif de collecte

Date de terrain

Du 1^{er} juin au 30 septembre 2017

Dispositif d'enquête

La collecte de données s'est établie autour de quatre dispositifs de collecte de questionnaire :

- 115 vacations d'enquêtes de terrain opérées par des enquêteurs dédiés sur plus de 20 sites répartis sur l'ensemble du territoire métropolitain. Le terrain a été coordonné par la société Objectif Terrain
- Un partenariat de collecte avec 9 campings volontaires animé par la Direction Générale des Entreprises.
- Un partenariat de collecte avec 29 offices de tourisme volontaires animé par la Direction Générale des Entreprises
- Un partenariat de collecte avec 4 loueurs de camping-car animé par le Syndicat professionnel UNI-VDL

Echantillon d'analyse

Le dispositif d'enquête complet (incluant les partenariats de collecte) a permis de collecter 2819 questionnaires sur la période d'enquête, dont 1993 via les vacations opérées sur le terrain, soit près de 71% de l'échantillon.

Les résultats présentés ont été analysés sur un échantillon de 2659 questionnaires collectés entre le 1^{er} juin et le 31 septembre 2017 considérés comme « complets ». Ces questionnaires représentent 0.2% des camping-cars observés sur la période¹.

Lieux d'enquête

L'enquête a été réalisée sur divers lieux touristiques supposés à forte fréquentation de camping-caristes sur la période. Le plan de sondage a souhaité prendre en compte l'ensemble du territoire français :

- Aires Côte d'Azur (Var)
- Annecy
- Baie de Somme
- Calais
- Carcassonne
- Chamonix
- Château de Chambord
- Cluny/Tournus
- Etape du Tour de France (Etape 20 juillet Izoard)
- Etretat
- Ile de France / Versailles
- Kaysersberg - Route des Vins ou Colmar
- Lourdes
- Mont saint Michel / St Malo
- Plages du débarquement
- Pont du Gard / Avignon
- Puy du Fou
- Rocamadour
- Sancy, La Bourboule, Mont D'or
- Vendée
- Verdun - champs de bataille

En parallèle, plusieurs campings et offices de tourisme se sont portés partenaires de l'étude. Ils étaient situés sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Tableau 1 – Liste des campings partenaires

Ville - Département	Désignation du camping
Dompierre S/ Bresbre - 03	Camping municipal
Vence - 06	Camping « Domaine de la Bergerie »
St-Leu-d'Esserent - 60	Camping « Campix »
Cepoy - 45	Camping « Rives du Loing »
Montargis - 45	Camping de la Forêt
Luzy - 58	Camping « Domaine de la Gagère
Chauffailles - 71	Camping municipal
Ste Catherine de Fierbois - 37	Camping « Parc de Fierbois »
Laroque - 34	Camping municipal

¹ Les données collectées corrélées aux données de fréquentation des camping-cars en camping collectées par la DGE ont permis d'extrapoler une fréquentation globale de plus de 1 million de camping-cars (cf. redressements).

Tableau 2 – Liste des offices de tourisme partenaires

Ville - Département	Désignation de l'office de tourisme
Carentan les Marais - 50	Office de tourisme de la Baie du Cotentin
Ste Mère Eglise - 50	Office de tourisme de la Baie du Cotentin
Montbéliard - 25	Office de tourisme du Pays de Montbéliard
Fougères - 35	Office de tourisme du Pays de Fougères
Maen Roch - 35	Office de tourisme Couesnon Marches de Bretagne
Pontivy- 56	Office de tourisme Pontivy – Lac de Guerlédan
St Die des Vosges -88	Office de tourisme intercommunal
Lacanau Océan - 33	Office de tourisme Médoc Atlantique
La Trinité sur Mer - 56	Office de tourisme La Trinité sur Mer
Questembert - 56	Office de tourisme de Rochefort-en-Terre
Dunkerque - 59	Office de tourisme de Dunkerque
Saint Malo - 35	Office de tourisme de St Malo Baie du Mt St Michel
Jonzac - 17	Office de tourisme de Jonzac
Sarlat - 24	Office de tourisme Sarlat Périgord Noir
Bagnères-de-Bigorre - 65	Office de tourisme Tourmalet Pic du Midi
Vouvray - 37	Office de tourisme intercommunal « Au Pays de Vouvray »
Sisteron - 04	Office de tourisme intercommunal Sisteronnais Buëch
Laragne - 05	Office de tourisme intercommunal Sisteronnais Buëch
Serres- 05	Office de tourisme intercommunal Sisteronnais Buëch
Julliville - 50	Office de tourisme Granville Terre et Mer
Le Pontet - 84	Office de tourisme Le Pontet Grand Avignon
Carmaux - 81	Office de tourisme du Segala tarnais
Luchon - 31	Office de tourisme intercommunal - Luchon
Tournon-Sur-Rhône - 07	Office de tourisme Hermitage Tournonais
Tain l'Hermitage - 07	Office de tourisme Hermitage Tournonais
Biscarosse - 40	Office de tourisme des Grands Lacs
Cabourg - 14	Office de tourisme Normandie – Cabourg – Pays d’Auge
Kaysersberg - 68	Office de tourisme Vallée de Kaysersberg
Ribeauvillé - 68	Office de tourisme du Pays de Ribeauvillé et Riquewihr
Dieppe - 76	Dieppe Maritime Tourisme
St Jean d'Angély - 17	Office de tourisme Saintonge Dorée

Mode de recueil des données

Les données ont été collectées en « auto-administré qualifié », c'est-à-dire que l'enquêteur distribue les questionnaires aux camping-caristes et vérifie leur cohérence lorsqu'il les récupère. Selon la fréquentation des lieux d'enquête certains questionnaires ont pu être réalisés en face-à-face.

Traitements et redressements

Un redressement des résultats² a été opéré en fonction de la probabilité d'interroger un camping-car sur la période d'observation et de la répartition des nuitées en camping. Il a été défini en 3 étapes.

Étape 1 : Calcul des poids relatif pour chaque mode de collecte

Afin de tenir compte de la probabilité plus forte d'interroger quelqu'un qui fait un long séjour, les poids relatifs pour chaque mode de collecte ont été calculés en fonction de la durée de séjour, avec une échelle de poids pour les français et une pour les étrangers pour tenir compte de la différence des distributions.

Un français présent 80 nuits en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 aura 4 fois plus de chance d'être interrogé qu'un français présent 20 nuits sur la même période. Nous tenons compte de cette inégalité de probabilité d'interrogation dans le calcul des poids.

Étape 2 : Calcul des objectifs à atteindre pour l'échantillon

Le calcul a été fait en fonction des résultats obtenus pour chaque mode de collecte et de résultats à atteindre connus par ailleurs (vacations de comptage, enquêtes dans les offices du tourisme, enquête auprès des campings sur le nombre total de nuitées).

La répartition des nuitées en camping et hors camping a ainsi pu être déduite.

Répartition pour 100 nuitées

	Français	Etrangers	Total
Ensemble des nuitées	65,9	34,1	100
Nuitées au camping	16,48	17,85	34,32
Nuitées hors camping	49,43	16,25	65,68
Part de nuitées en camping	25%	52%	34%

Enfin, le nombre de nuitées en camping a été réalisé à l'aide d'une enquête réalisée auprès de 1301 campings pendant l'été 2017 : **7,2 millions de nuitées de camping-cars.**

Étape 3 : calcul des poids (redressement de l'échantillon pour arriver aux contraintes ci-dessus)

Afin d'atteindre les objectifs, il a fallu jouer sur les poids des différentes variables et obtenir ainsi des rapports de poids entre le poids issu de l'étape 1 (poids relatifs) et les poids objectif.

Ce travail a permis de valider un ordre de grandeur. Le résultat donne 1 000 000 de camping-cars présents en France sur la période pour 540 000 Français. C'est plus que le nombre de camping-cars immatriculés en France (470 000, mais l'ordre de grandeur est proche). De plus l'enquête ne porte pas sur les camping-cars, mais bien les utilisateurs différents de camping-cars.

La location de campings cars, via des loueurs, la location via des particuliers (en développement) ou encore le prêt de camping-cars explique un nombre supérieur avec un ordre de grandeur tout à fait crédible.

Chiffres de fréquentation obtenus : nombre de camping-cars sur la période

- 1 000 000 camping-cars présents en France sur la période
- 540 000 camping-cars français et 460 000 camping-cars étrangers
- 470 000 camping-cars immatriculés en France (camping-car « unique » hors location ou prêt)

² Méthode développée et validée avec la Direction Générale des Entreprises- DGE en charge du suivi de l'étude.

RÉSULTATS GLOBAUX

Profil des camping-caristes

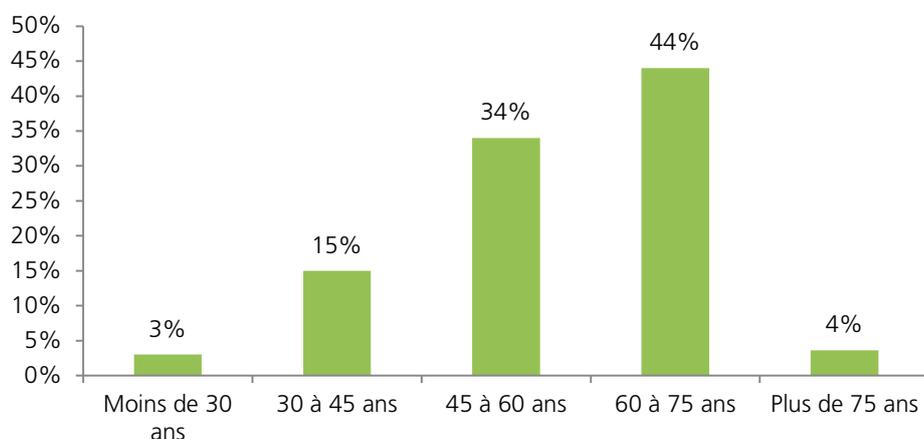
Carte d'identité des camping-caristes

Des camping-caristes âgés en moyenne de 56,8 ans

L'âge moyen des camping-caristes sur la période est de 56,8 ans.

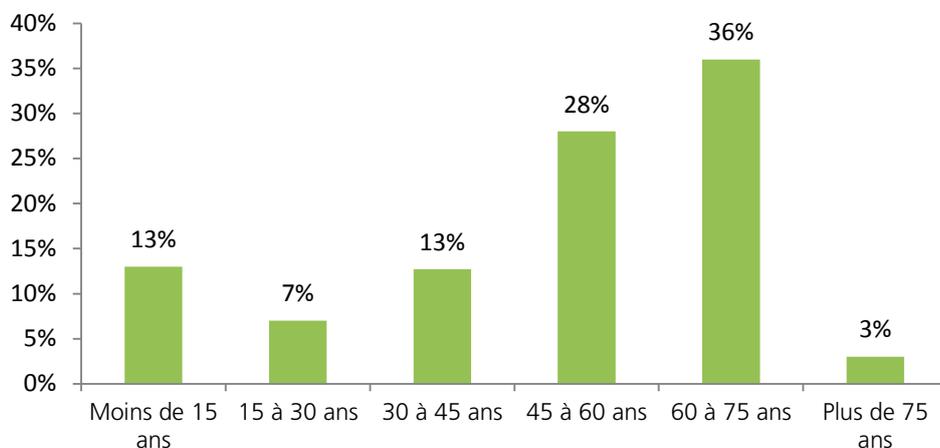
Si l'on comptabilise également l'ensemble des accompagnants, l'âge moyen est de 48,5 ans (les accompagnants ont une moyenne d'âge de 16,5 ans).

Graphique 1 : Répartition des camping-caristes (hors accompagnants) par classe d'âge



Source: Enquête – Profils 1 et 2 (traitement des réponses aberrantes)

Graphique 2 : Répartition des camping-caristes et accompagnants par classe d'âge



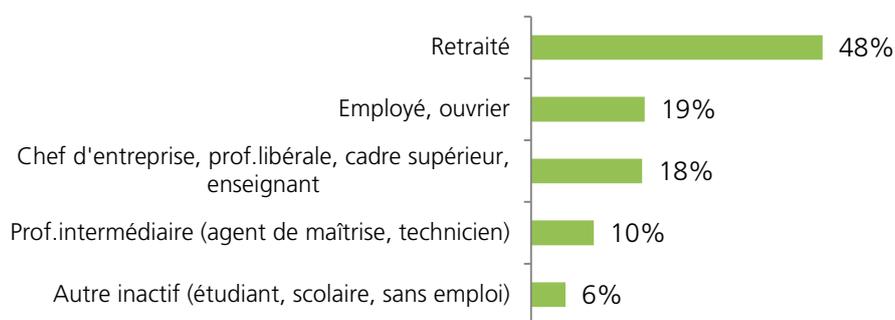
Source: Enquête – Tous profils (traitement des réponses aberrantes)

Des camping-caristes majoritairement retraités

Les camping-caristes en séjour en France entre juin et septembre 2017 sont majoritairement des retraités pour 48% d'entre eux. Les actifs ne représentent que 47% des camping-caristes rencontrés. 6% des camping-caristes interrogés sont inactifs.

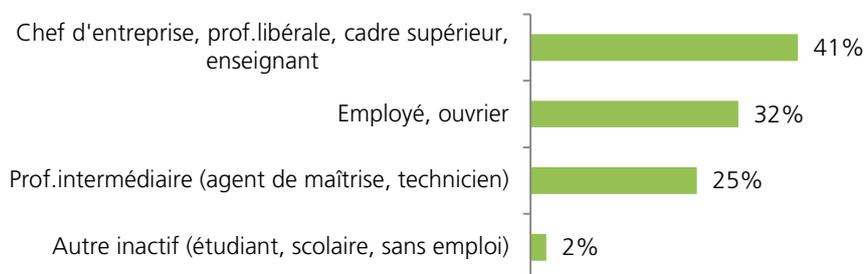
Près de 7 camping-caristes retraités sur 10 (67%) sont Français contre seulement un tiers d'étrangers. À contrario, plus de la moitié des camping-caristes actifs, soit 54%, sont de nationalité étrangère.

Graphique 3 : Situation professionnelle des camping-caristes



Source: Enquête – Profils 1 et 2

Graphique 4 : « Si vous êtes retraité, quelle est votre situation professionnelle antérieure ? »

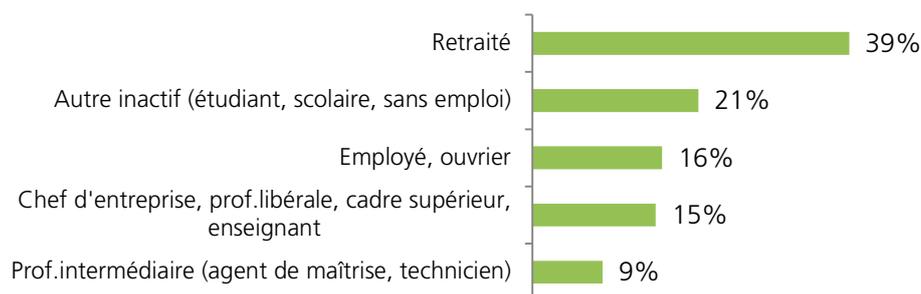


Source: Enquête – Profils 1 et 2

Concernant la CSP et au regard de l'emploi antérieur exercé par les répondants retraités, les camping-caristes peuvent être considérés comme des CSP+ avec une forte proportion de cadres supérieurs, professions libérales, enseignants et chefs d'entreprise.

Cependant, il existe des différences selon la nationalité des camping-caristes. En effet, 52% des camping-caristes retraités étrangers exerçaient une profession de niveau « cadre supérieur », contre seulement 32% des camping-caristes français.

Graphique 5 : Situation professionnelle des membres du groupe (camping-caristes + accompagnants)



Source: Enquête – tous profils

Tableau 3 – Répartition des CSP des camping-caristes + accompagnant selon le groupe de venue

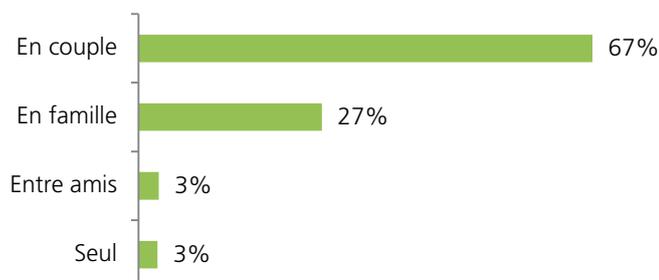
Part des inactifs		Part des retraités	
	%		%
En couple	15%	En couple	84%
En famille	82%	En famille	11%
Entre amis	2%	Entre amis	2%
Seul	1%	Seul	3%

Un séjour réalisé principalement en couple

Les camping-cars constitués de **couples restent largement** majoritaires sur la période du 1^{er} juin au 30 septembre 2017 et représentent près de 7 camping-cars sur 10. L'expérience ne se vit en famille que pour 27% des camping-cars interrogés. Le camping-car est un mode de séjour largement moins utilisé par les personnes seules ou entre amis avec seulement 3% chacun de camping-car recensés.

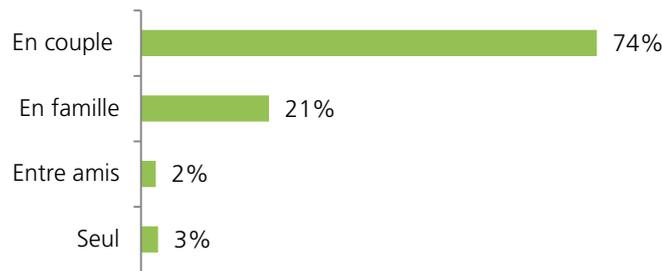
Le poids des couples au sein de la fréquentation est accentué au regard du nombre de nuitées réalisées sur la période. En effet, les couples représentent 74% des nuitées réalisées en camping-cars contre 21% des nuitées réalisées dans le cadre d'un séjour en famille.

Graphique 6 - Répartition des camping-cars selon le type de groupe



La prédominance des couples explique la parité très forte avec 52% d'hommes et 48% de femmes, et par la taille moyenne du groupe de 2.49 personnes.

Graphique 7 - Répartition des nuitées en camping-cars selon le type de groupe



La place importante des animaux domestiques

Souvent perçu comme accessoire voire anecdotique dans les démarches touristiques, l'accueil des animaux domestiques est un élément clé pour les camping-caristes. En effet, plus d'un quart des camping-caristes (27%) sont accompagnés d'un animal domestique. Il s'agit à 93% d'un chien et à 4% d'un chat.

Ce résultat doit être mis en perspective avec les services et équipements proposés dans les aires de stationnement en matière d'espace « canisite » ou des emplacements destinés aux propriétaires d'animaux dans les campings.

Le poids majeur de la clientèle française

Une fréquentation française

54% des camping-caristes sont Français contre 46% d'étrangers. Ce chiffre s'accroît si l'on raisonne en termes de nuitées passées sur la période d'enquête avec 65% des nuitées réalisées par des camping-caristes français contre 35% réalisées par des camping-caristes de nationalité étrangère.

Ainsi, les camping-caristes français sont à la fois plus présents et connaissent des durées de séjours plus longues. Cela s'explique en partie parce que, pour les camping-caristes étrangers, le territoire français est une étape de transit vers d'autres destinations.

Tableau 4 – Répartition des camping-caristes et des nuitées réalisées selon la nationalité

Part des camping-caristes		Part des nuitées	
	%		%
France	54%	France	65%
Etrangers	46%	Etranger	35%

L'origine des camping-caristes étrangers

Parmi les camping-caristes étrangers, les 6 marchés les plus représentés sont par ordre décroissant l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, l'Italie et l'Espagne. Ils représentent près de 92% des camping-caristes étrangers et 91% des nuitées étrangères.

L'analyse comparative de la part des arrivées en camping-car et des nuitées passées est révélatrice de la place de la France dans le séjour.

En effet, on observe des marchés (France, Belgique et Pays-Bas) pour lesquels la part des nuitées est bien supérieure à la part des arrivées et pour qui la France est une destination de longue durée. D'un autre côté, il existe des marchés dont la part des nuitées est bien inférieure à la part des arrivées (l'Italie principalement) et pour qui la France est plutôt une étape courte.

55% des camping-caristes originaires de 3 principaux pays

Au niveau européen, le marché est dominé par trois principaux pays : l'Allemagne, la Belgique et le Royaume-Uni qui représentent à eux seuls près de 55% de la clientèle rencontrée entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017.

A noter : lors de l'étude réalisée en 2015 sur les camping-caristes étrangers le podium, était dominé par la Belgique, venaient ensuite l'Allemagne et le Royaume-Uni. Le poids de ces marchés était plus important avec 70% de la fréquentation étrangère.

Tableau 5 – Origine détaillée des camping-caristes en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 en part des camping-cars et en nuitées passées

Pays de résidence	Part des camping-cars	Part des nuitées	Zoom sur les clientèles étrangères	
			Part des camping-cars	Part des nuitées
France	54%	65%		
Allemagne	11%	9%	24%	25%
Belgique	7%	7%	16%	19%
Royaume-Uni	7%	6%	15%	17%
Pays-Bas	7%	5%	15%	15%
Italie	7%	4%	14%	10%
Espagne	4%	2%	8%	7%
Suisse	2%	2%	4%	4%
Irlande	0,4%	0,4%	1,0%	1%
Suède	0,4%	0,2%	0,8%	0,6%
Autriche	0,3%	0,2%	0,6%	0,5%
Luxembourg	0,3%	0,2%	0,5%	0,6%
Danemark	0,2%	0,2%	0,4%	0,5%
Australie	0,2%	0,1%	0,4%	0,3%
Argentine	0,2%	<0,1%	0,3%	0,10%
Rép. Tchèque	0,1%	<0,1%	0,2%	0,09%
Costa Rica	0,1%	<0,1%	0,1%	0,04%
Norvège	0,1%	<0,1%	0,1%	0,10%
Canada	<0,1%	<0,1%	0,1%	0,11%

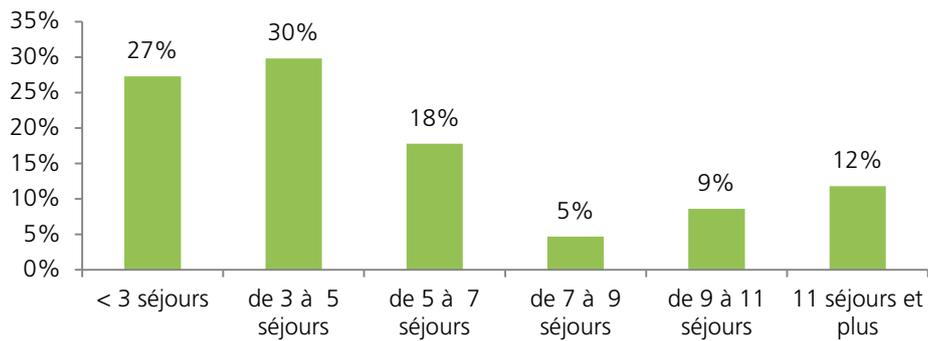
Des camping-caristes étrangers habitués à venir en France

Une clientèle régulière de la destination « France »

72% des camping-cars étrangers interrogés n'en sont pas à leur premier séjour en camping-car en France. Sur les 5 dernières années, ils ont en moyenne réalisé 8,5 séjours en France.

Si l'on considère, qu'un habitué est un camping-cariste qui a réalisé au moins 3 séjours en France, on constate que 73% des camping-caristes sont des habitués de la destination (soit 15 points de plus qu'en 2015).

Graphique 8 - Répartition du nombre de séjours réalisés en France depuis 5 ans



Une clientèle attirée par la réputation des sites touristiques et la facilité d'accès

29% des camping-caristes viennent avant tout pour la réputation des sites touristiques. Parmi ces camping-caristes, on trouve majoritairement les Allemands qui représentent 30% des camping-caristes venus pour ce motif.

Ensuite les camping-caristes étrangers plébiscitent la France en raison de sa facilité d'accès. C'est le cas des Britanniques qui représentent un quart des camping-caristes ayant choisi la France pour cette raison.

Enfin, le retour d'expérience et le bouche à oreille de l'entourage jouent également un rôle prépondérant dans le choix de la destination France.

Il existe des attentes spécifiques à chaque marché. Si les Allemands et les Britanniques sont plus attachés que la moyenne à la francophilie et à l'art de vivre à la française, les Suisses et les Belges sont plus sensibles à l'argument de la langue, les Néerlandais valorisent pour leur part davantage le rôle du climat, tandis que les Espagnols viennent pour pratiquer une activité spécifique (vélo, Eurodisney...).

Graphique 9 - Motivation de venue en France pour le séjour en camping-car

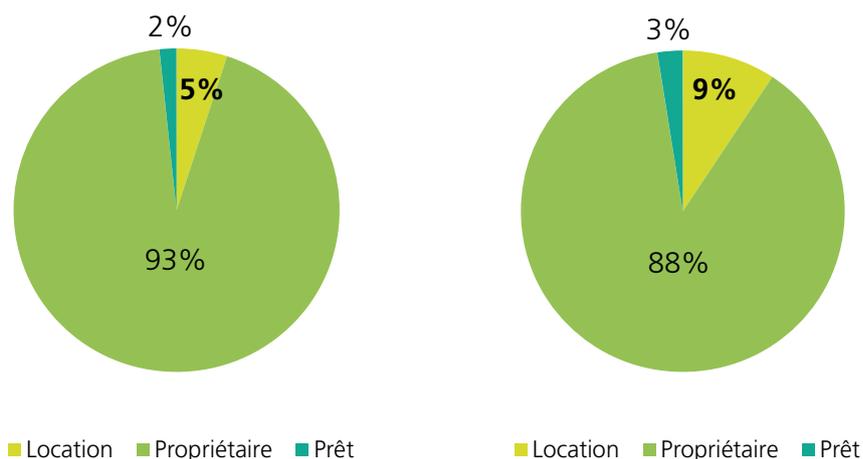


Type et propriété du véhicule

88% des camping-caristes propriétaires de leur camping-car sur la période

88% des camping-cars sont propriétaires de leur camping-car sur la période d'enquête. La location concerne 9% des camping-caristes, soit près de 92 500 camping-cars en circulation sur la période pour 1 037 200 nuitées. Enfin, 3% des camping-caristes utilisent un camping-car dans le cadre d'un prêt.

Graphique 10 - Propriété du camping-car selon la part des camping-cars (fig. gauche) ou celle des nuitées passées (fig. droite)



L'observation de ces deux données permet de valider le fait que les propriétaires de camping-car ont naturellement des durées de séjour plus longues avec une moyenne de 22 jours passés, contre 11 jours lorsqu'il s'agit d'une location, et 13,7 jours dans le cadre d'un prêt.

Les clientèles espagnoles et allemandes sont celles qui ont le plus recours à la location avec respectivement 28% et 14% de ces marchés qui louent leur véhicule. A l'inverse, les clientèles britanniques, sont celles qui ont le moins recours à la location avec seulement 5% des camping-caristes britanniques ayant loué leur camping-car pour ce séjour.

Les familles : les clientèles les plus sujettes à la location

Le type de groupe a également une incidence sur la location d'un camping-car. 59% des locations sont réalisées par des camping-caristes venus en séjour en famille. A noter, 53% des camping-caristes utilisant un camping-car prêté sont également des familles.

Parmi les clientèles ayant loué leur camping-car pour ce séjour, 51% l'ont loué à l'étranger contre 49% en France.

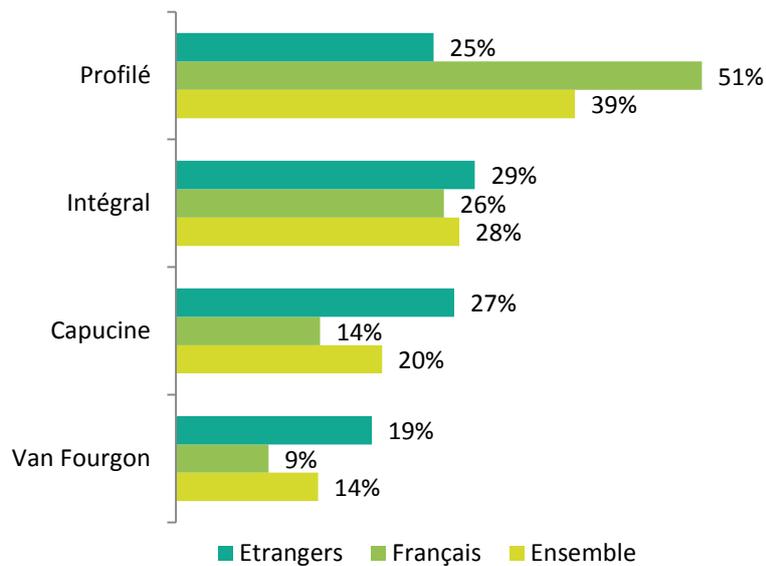
Le taux de location des étrangers en France s'élève à près de 8%. Il est plus fort pour les clientèles extra-européennes comme les Canadiens et les Australiens avec respectivement 32% et 22% des locations réalisées en France.

Les camping-cars « profilé » les plus rencontrés en France

39% des camping-cars sont des profilés. Cependant, il existe une différence très nette entre les clientèles françaises qui roulent à 51% avec un profilé contre seulement 25% pour les clientèles étrangères.

Les vans et fourgons aménagés représentent 14% des véhicules. Ce taux passe à 19% s'il on considère seulement la clientèle étrangère. 43% des Suisses utilisent un van, 27% des Néerlandais et 24% des Britanniques et Espagnols.

Graphique 11 - Type de camping-car selon l'origine du camping-cariste



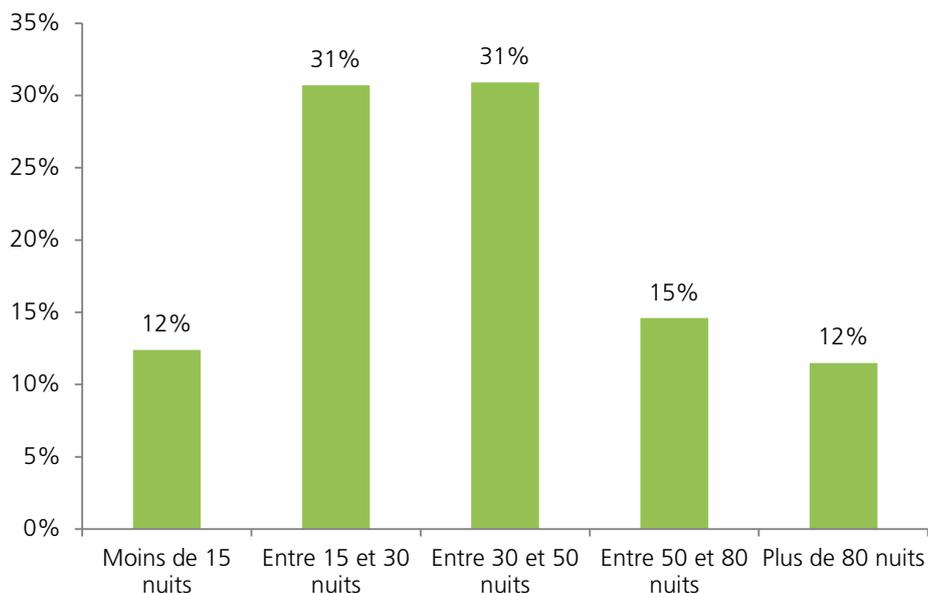
Fréquence d'utilisation du camping-car

Une utilisation moyenne de 41 jours/ an pour les Français et les étrangers

6 camping-caristes sur 10 utilisent, toutes destinations confondues, leur véhicule plus de 30 jours par an.

Seulement 12% des camping-caristes utilisent le camping-car moins de 15 jours par an. Ce chiffre vient corroborer les chiffres de la location et des prêts de véhicule.

Graphique 12 - Répartition des camping-caristes selon la fréquentation d'utilisation du camping-car, toutes destinations confondues



Evolution de la clientèle au fil de la saison

Des étrangers qui repartent plus tard dans la saison

Les clientèles étrangères sont proportionnellement plus présentes en septembre, avec 1 séjour sur 3 réalisés sur fin août et septembre contre 1 séjour sur 4 pour les camping-caristes français.

Les camping-caristes français et étrangers plébiscitent le mois d'août à la même proportion (respectivement 37% et 34%). Ce mois concentre le plus de fréquentation avec 36% de la fréquentation et près de 321 000 camping-cars et plus de 6,4 millions de nuitées réalisées.

Si le mois d'août est le plus fréquenté, il existe des différences de calendrier selon les marchés. Ainsi, les Britanniques sont proportionnellement plus présents sur les ailes de saison en juin et en septembre, tout comme les Allemands.

Les Néerlandais, les Italiens et les Espagnols connaissent une fréquentation fortement concentrée sur le mois d'août. Ce mois représente 46% des arrivées espagnoles et 45% des arrivées néerlandaises et italiennes.

Les Belges et les Suisses ont une fréquentation proportionnellement plus importante durant le mois de juillet.

Des clientèles plus âgées sur les ailes de saison

47% des camping-caristes âgés de 60 ans et plus fréquentent la destination en juin ou en septembre. En parallèle, ils ne sont que 21% des moins de 45 ans et 27% des 45-60 ans. Naturellement, 79% des moins de 45 ans sont présents au mois d'août contre 53% des 60 ans et plus.

Des camping-caristes en couple ou entre amis plus présents sur les ailes de saison

Si les camping-caristes en couple représentent respectivement 77% et 85% de la fréquentation en juin et septembre, ils restent très présents au mois d'août. Ce mois représente 31% de leurs arrivées.

Caractéristiques des séjours³

Type et durée des séjours

Une durée moyenne de séjour de 20,9 jours

Les camping-caristes sur la période du 1^{er} juin au 30 septembre 2017 ont passé en moyenne 20,9 jours en France. Cette durée varie selon l'origine du camping-cariste avec 25,4 jours pour les Français et 15,6 jours pour les étrangers.

Avec en moyenne une durée de stationnement de 3,3 jours par halte, on estime que les camping-caristes visitent en moyenne 6,3 haltes différentes pendant leur séjour. Au regard des durées moyennes des haltes des français, ce chiffre s'élève à 7,3 haltes différentes pendant le séjour, contre 5,2 haltes pour les étrangers.

Tableau 6 – Comparatif des durées moyennes de séjour selon le lieu d'hébergement

Durée moyenne de séjour	Ensemble	Français	Etranger
DMS globale	20,9	25,4	15,6
DMS « camping »	7,2	6,4	8,1
DMS « aire »	10,2	14,1	5,6
DMS « autre lieu »	2,8	4,4	1,3
DMS haltes	3,3	3,47	2,98

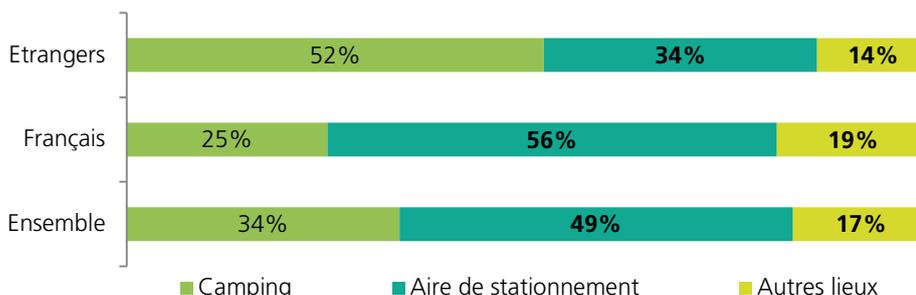
³ Voir la partie « Portrait » pour plus de précisions sur les arguments qui jouent selon les différents marchés et nationalités.

49% des nuitées passées sur les aires de stationnement

Près de la moitié des nuitées sont comptabilisées au sein des aires de stationnement dédiées aux camping-cars. Ce mode de stationnement nocturne représente 56% des nuitées des camping-caristes français contre seulement 34% pour les camping-caristes étrangers.

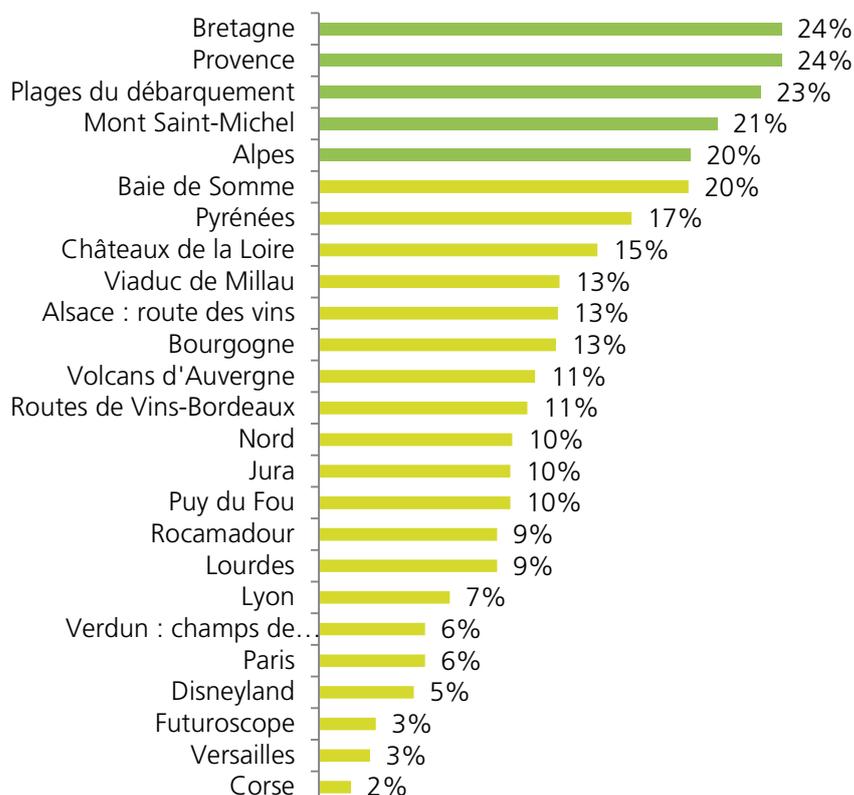
Les étrangers plébiscitent davantage pour stationner la nuit le recours au camping. Ce mode d'hébergement représente 52% des nuitées étrangères.

Graphique 13 - Comparatif de la répartition des nuitées selon le lieu et l'origine du camping-cariste



Sites visités en camping-car

Graphique 14 - Les sites visités durant le séjour

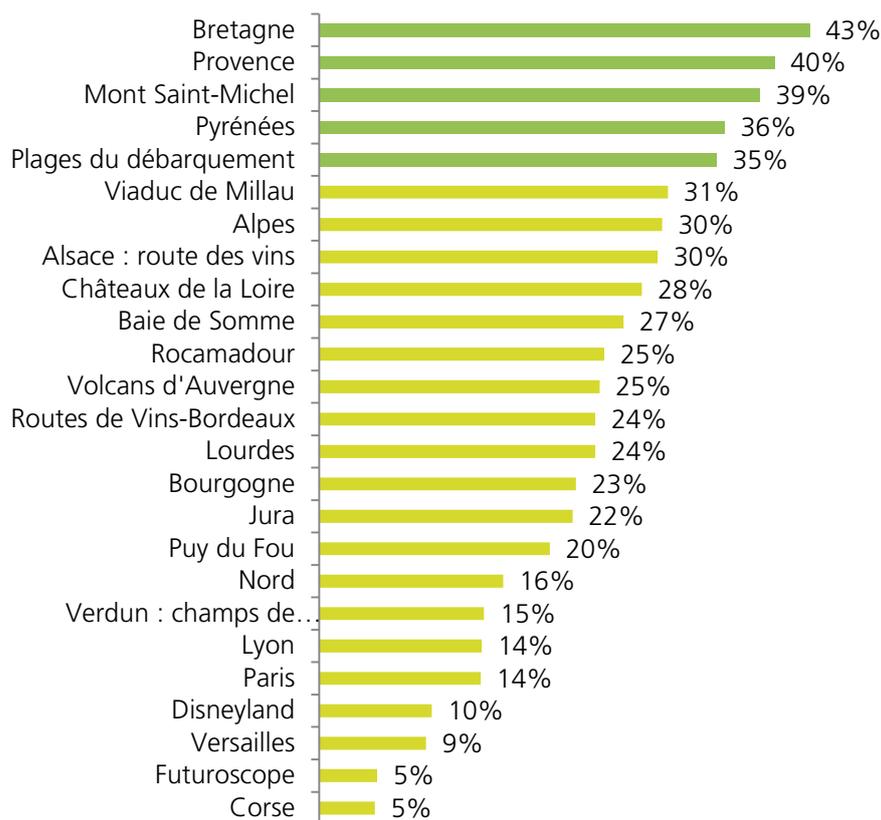


Cette analyse est établie sur la base d'une liste proposée et concerne donc la totalité des répondants. La destination la plus prisée est la Bretagne avec 24% de visites, puis la Provence avec 24% et vient en troisième les plages du débarquement avec 23%.

La Corse est très faiblement plébiscitée, seulement 2% des camping-caristes ont prévu d'aller visiter l'île de Beauté.

Les 3 sites/destinations phares des camping-caristes français en 2017 sont la Bretagne, les plages du débarquement et la Baie de Somme. Les 3 sites les plus populaires auprès des étrangers sont la Provence, les plages du débarquement et les Alpes.

Graphique 15 - Les sites visités lors de séjours passés



La Bretagne et la Provence sont deux destinations très largement fréquentées par les camping-caristes. A contrario, la Corse et les « sites-équipements » sont moins assimilés à des sites à découvrir en camping-car.

Sur les dernières années, le top 3 des destinations les plus visitées lors d'un séjour camping-car sont, pour les clientèles étrangères, la Provence, la Bretagne et le Mont Saint Michel. Ce palmarès est constitué de la Bretagne, du Mont-Saint-Michel et des Pyrénées en ce qui concerne les Français.

Activités et outils d'organisation

Une clientèle qui plébiscite les visites culturelles et patrimoniales

Lors de leur séjour, les camping-caristes privilégient les visites patrimoniales et culturelles qui font partie de leurs activités « phares ». Près de 8 camping-caristes sur 10 visitent des villes et des villages (83%), plus de la moitié des musées et des lieux patrimoniaux (57%) et 61% effectuent des achats de produits du terroir (vin notamment). La découverte du patrimoine culturel français est au cœur de la visite.

Les familles effectuent davantage de visites d'autres sites, notamment récréatifs. Les clientèles italiennes et espagnoles sont les plus férues de patrimoine.

La pratique sportive en seconde position des activités pratiquées

Les activités sportives arrivent ensuite en matière d'activités pratiquées, avec 57% des camping-caristes qui pratiquent la randonnée pédestre, 49% qui s'adonnent au cyclotourisme, et à la baignade à 45%. Ce résultat varie selon le type et la nationalité du groupe. Les couples sont très représentés en matière de pratique de randonnées pédestres ou vélo ; a contrario des familles qui privilégient la baignade.

L'attractivité de l'évènementiel en France

La programmation événementielle a une place importante tant dans la dynamique d'attraction de la destination, que dans l'emploi du temps des camping-caristes. 14% des camping-caristes participent, entre autres, à un évènement durant leur séjour. Le Tour de France est attractif. En effet, il s'adapte très bien, par son format, au camping-car. Les évènementiels culturels à programmation européenne (Marcillac, Avignon, Aix, Aurillac...) attirent également de nombreux camping-caristes. En proportion, les clientèles suisses sont celles qui participent le plus à des évènementiels.

Enfin, les camping-caristes complètent leurs activités par des pratiques typiques de vacanciers, à savoir le shopping, le farniente et la visite de sites autres que culturels (parcs d'attraction...).

Graphique 16 - "Quelles activités pratiquez-vous durant ce séjour?"



Outils d'organisation du séjour : la place des offices de tourisme

Une fois sur place, 73% des camping-caristes déclarent fréquenter un office de tourisme durant leur séjour. Ce taux s'évalue à 80% pour les camping-caristes français, contre 67% pour les campings-caristes étrangers.

Habitudes de consommation et dépenses

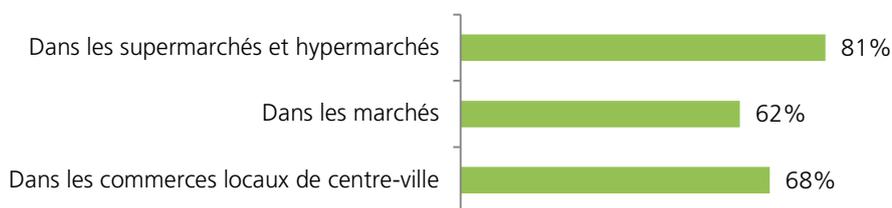
Des habitudes de consommation impactées par l'usage du camping-car

Concernant leurs courses d'alimentation, 81% des camping-caristes privilégient les supermarchés et les hypermarchés, viennent ensuite avec respectivement 68% et 62% les commerces de centre-ville et les marchés.

La place des supermarchés et hypermarchés tient à trois principaux facteurs :

- Les facilités de stationnement sur les parkings des grandes surfaces
- La largeur de la gamme proposée, car les camping-caristes peuvent avoir besoin de bonbonnes de gaz ou de produits que l'on ne trouve pas/plus dans les commerces des centres villes
- La présence de stations de vidange ou de bornes de services sur les parkings de nombreux établissements

Graphique 17 – « Pendant votre séjour en France, en camping-car, où effectuez-vous vos courses d'alimentation? »

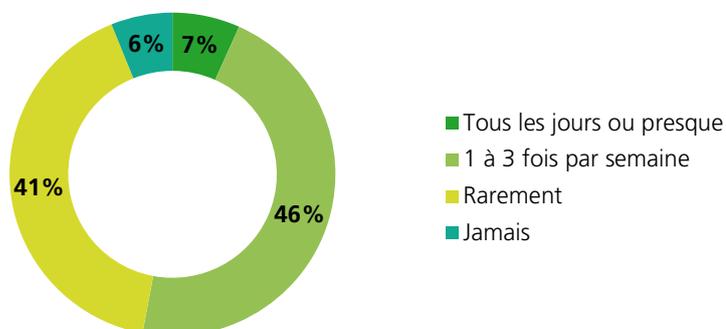


La fréquentation des restaurants est également impactée par l'équipement disponible au sein du camping-car. Cependant, malgré la présence d'une cuisine, seulement 6% des camping-caristes déclarent ne jamais aller au restaurant et 7% affirment qu'ils s'y rendent tous les jours ou presque.

Parmi les 7% de camping-caristes fréquentant tous les jours ou presque les restaurants, on trouve une forte proportion de clientèle belge.

A contrario, les Français et les Italiens sont les clientèles qui fréquentent le plus rarement ou jamais un restaurant, tout comme les familles.

Graphique 18 – « Pendant votre séjour en France, à quelle fréquence allez-vous au restaurant ? »



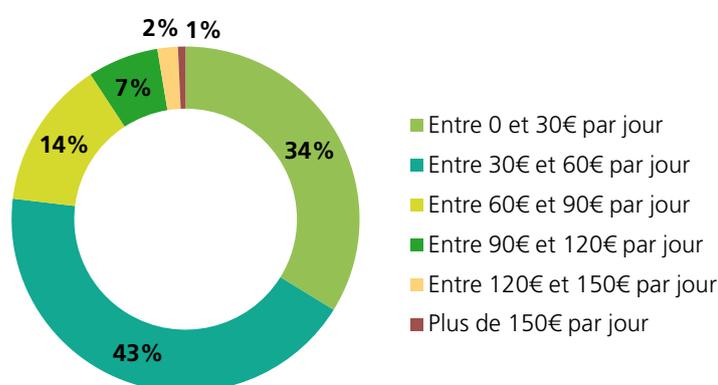
Une participation non-négligeable à l'économie locale et nationale

Pour 66% des camping-caristes, le budget moyen dépensé par jour (hors essence et péage) est supérieur à 30€TTC. En parallèle, 57% des camping-caristes estiment dépenser entre 30€TTC et 90€TTC par jour pour l'ensemble du groupe. Ces dépenses sont directement injectées dans l'économie locale des territoires traversés, puisqu'elles excluent l'essence et les péages.

La contribution économique des camping-caristes est forte, avec une dépense moyenne par personne et par nuit de près de 45.6 €TTC et qui avoisine largement les montants observés pour des clientèles en meublés, voire en chambre d'hôtes.

Parmi les clientèles qui dépensent le plus (> 90€TTC par jour) on retrouve principalement les clientèles belge, britannique et suisse. Parmi les clientèles qui dépensent le moins (< 60€TTC), il s'agit principalement des Allemands, des Autrichiens, des Espagnols et des touristes venus entre amis ou seuls.

Graphique 19 – « En moyenne par jour, quel est le budget moyen dépensé pour l'ensemble des membres du camping-car (hors carburant et péage) ? »



Au niveau national, les retombées sont également importantes au regard de la fiscalité liée aux carburants.

En moyenne, les camping-caristes étrangers en France dépensent 346€ pour l'ensemble de leur séjour sur le poste carburant et essence.

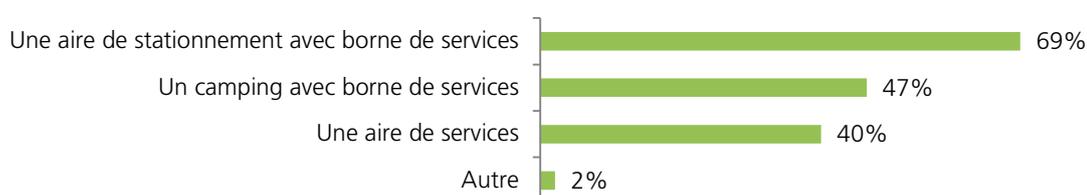
Préférences associées à l'utilisation du camping-car

La vidange et le ravitaillement du camping-car

Dans le cadre des opérations de vidange et de ravitaillement, les camping-caristes recherchent de préférence une aire de stationnement avec borne de services. Cette infrastructure recueille 69% des choix et est plébiscitée fortement par les clientèles belges, espagnoles et surtout françaises.

Les campings avec borne de services puis les aires de services arrivent ensuite. On y trouve une très large proportion de Britanniques, d'Allemands, de Néerlandais et d'Italiens.

Graphique 20 – Classement des préférences en matière de vidange et de ravitaillement

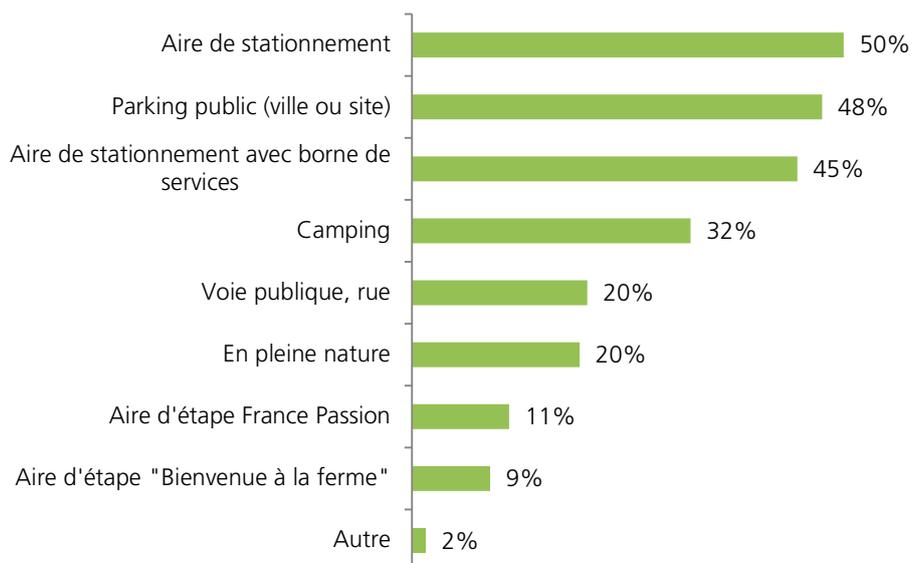


Le stationnement du camping-car en journée

Par ordre de préférence, les camping-caristes plébiscitent pour stationner en journée les aires de stationnement (50% des citations), puis les parkings publics de sites touristiques (48%) et les aires de stationnement avec bornes de services (45%).

Le stationnement sur la voie publique, et en « pleine nature » recueillent 20% des réponses. Les aires d'étape France Passion et « Bienvenue à la ferme », se placent en bas du classement avec respectivement 11% et 9%.

Graphique 21 – Classement des préférences en matière de stationnement du camping-car en journée.

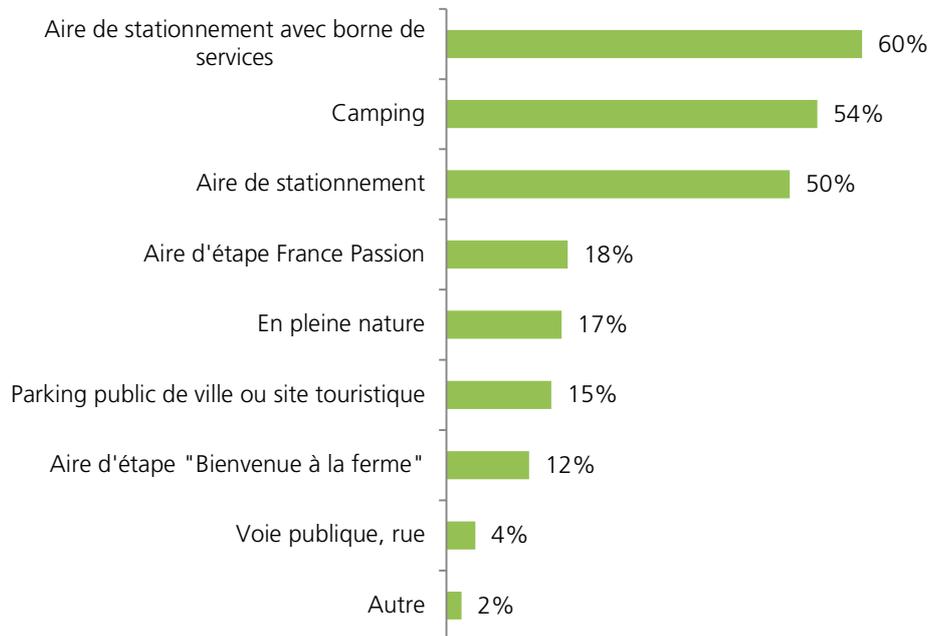


Le stationnement du camping-car la nuit

En matière de stationnement nocturne, les camping-caristes privilégient les aires de stationnement avec borne de services et le camping, qui recueillent respectivement 60% et 54% des préférences. Ce classement est fortement lié à l'importance de la clientèle française. Elle représente 65% des répondants « aires de stationnement avec borne de services » contre 35% pour la clientèle étrangère. À l'inverse, 32% des clientèles étrangères préfèrent le camping, contre moins de 18% des camping-caristes français. Parmi les clientèles qui préfèrent le camping, on trouve particulièrement les clientèles néerlandaises et britanniques.

Le lieu le moins apprécié est le stationnement sur la voie publique. Ce classement témoigne de l'attente de services, de calme et de sécurité associée à la halte nocturne.

Graphique 22 – Classement des préférences en matière de stationnement du camping-car la nuit.



Satisfaction des camping-caristes en séjour en France

Les camping-caristes sont très majoritairement satisfaits de leur séjour et des modalités de visite en camping-car en France. Sur l'ensemble des critères, 72% des camping-caristes sont « très satisfaits » à « satisfaits ».

Le stationnement en journée

Concernant le stationnement en journée, la clientèle est globalement satisfaite avec un taux de satisfaction (très satisfait et satisfait) tous critères confondus de 63%.

Cependant, plus d'un tiers des camping-caristes critique la facilité à trouver un stationnement, le lieu d'implantation des stationnements proposés aux camping-cars, et le tarif du stationnement.

Sur ces sujets, les réactions ne sont pas les mêmes selon la nationalité du répondant.

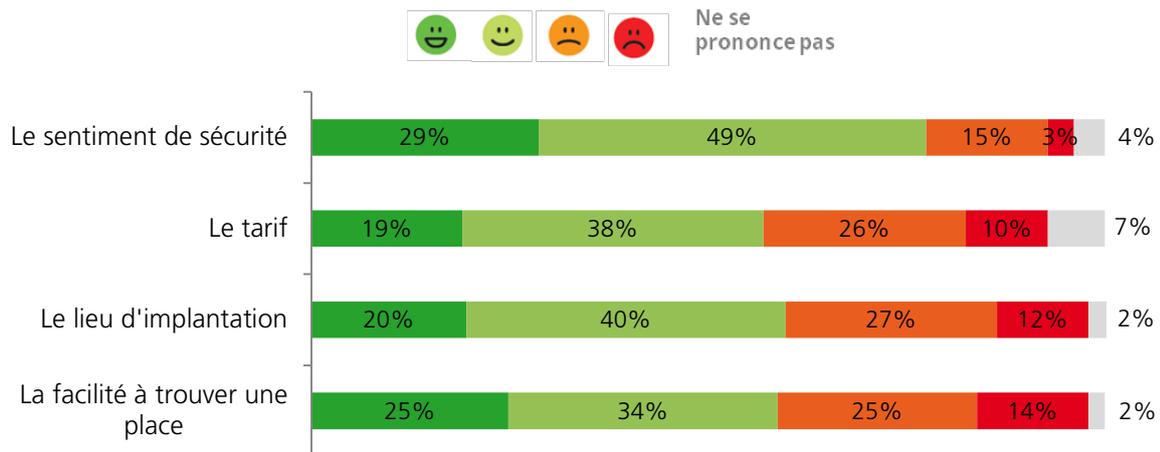
Les camping-caristes français sont très critiques sur la facilité à trouver une place, avec 56% de mécontents à l'inverse des Espagnols, Italiens, Britanniques et Néerlandais.

Concernant le lieu d'implantation, les Suisses, les Belges et les Français expriment le plus de déception.

La moitié des camping-caristes français interrogés sur la période exprime une insatisfaction vis-à-vis des tarifs pratiqués, un tiers des Belges exprime aussi ce mécontentement. À l'inverse, les Suisses, les Allemands et les Néerlandais sont plus que majoritairement satisfaits.

Enfin, seuls les camping-caristes suisses se plaignent de la sécurité, avec un tiers de la clientèle suisse concernée.

Graphique 23 – Détail de la satisfaction vis à vis du stationnement en journée



Le stationnement nocturne

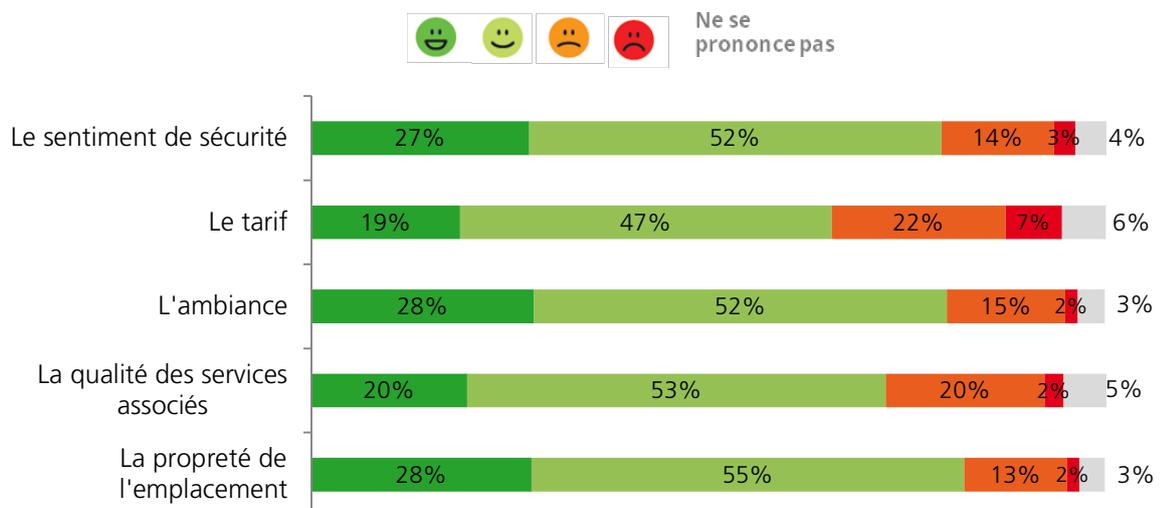
La satisfaction concernant le stationnement nocturne est globalement bonne avec un taux moyen (très satisfait et satisfait) sur l'ensemble des critères de 76%. Les points forts de la destination sont la propreté de l'emplacement, l'ambiance du stationnement et le sentiment de sécurité. Les points faibles sont le tarif et la qualité des services associés. À noter en 2015, l'enquête réalisée auprès des camping-caristes étrangers pointait le sentiment de sécurité comme point faible du stationnement nocturne. A contrario, les services associés étaient un point fort.

Parmi les clientèles les plus satisfaites de la propreté, sont les Allemands, les Espagnols, les Britanniques et les Italiens avec respectivement 92%, 89%, 87% et 86% de très satisfaits et satisfaits. Les camping-caristes français et suisses sont les plus critiques vis-à-vis de la qualité des services associés.

Les clientèles les moins satisfaites du tarif sont les Français, Espagnols et Belges.

Vis-à-vis de la sécurité, 85% des clientèles étrangères sont très satisfaites à satisfaites, contre 75% des camping-caristes français.

Graphique 24 – Détail de la satisfaction vis à vis du stationnement nocturne



La destination

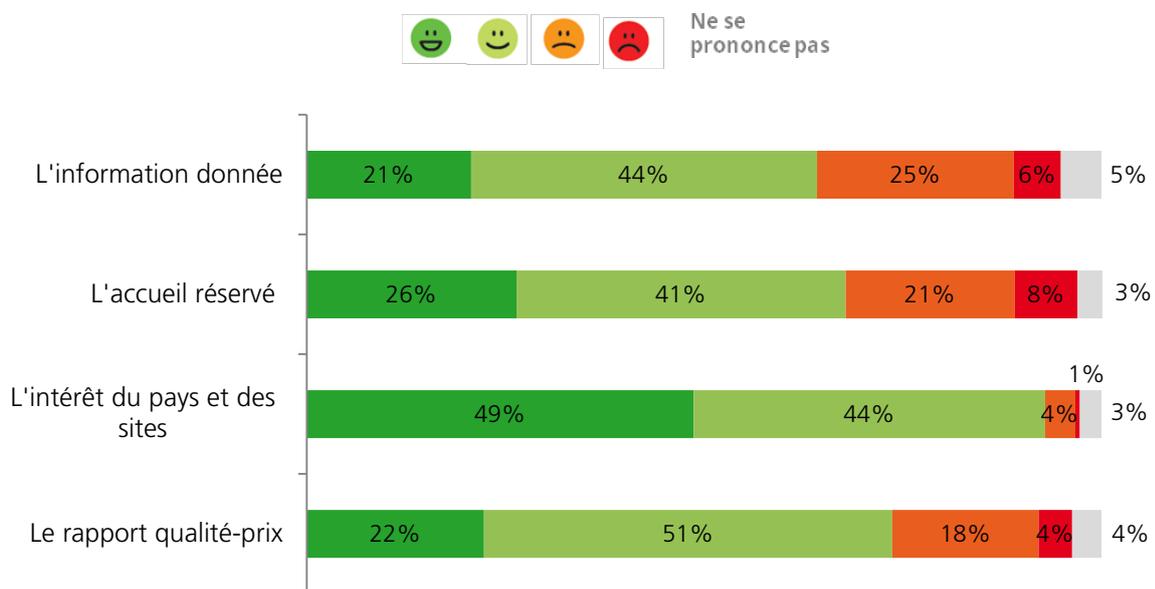
En matière d'expérience de visite en France, la satisfaction est plus contrastée selon les critères proposés.

En effet, les camping-caristes sont quasiment unanimes sur l'intérêt du pays et des sites à visiter avec 49% de très satisfaits et un taux qui monte à 93% en incluant les satisfaits. Sur les autres critères, l'insatisfaction est un peu plus forte.

Les camping-caristes apportent le plus de réserves sur l'accueil réservé aux camping-cars et l'information spécifique donnée aux camping-caristes avec respectivement 29% et 31% d'insatisfaction.

Si le rapport qualité-prix de la destination pour un séjour camping-car est globalement satisfaisant pour 73% des camping-caristes, il est de façon logique, plus décrié par les clientèles les plus fidèles de la destination avec un tiers des français insatisfaits et 14% des camping-caristes belges et allemands.

Graphique 25 – Détail de la satisfaction vis à vis de la destination

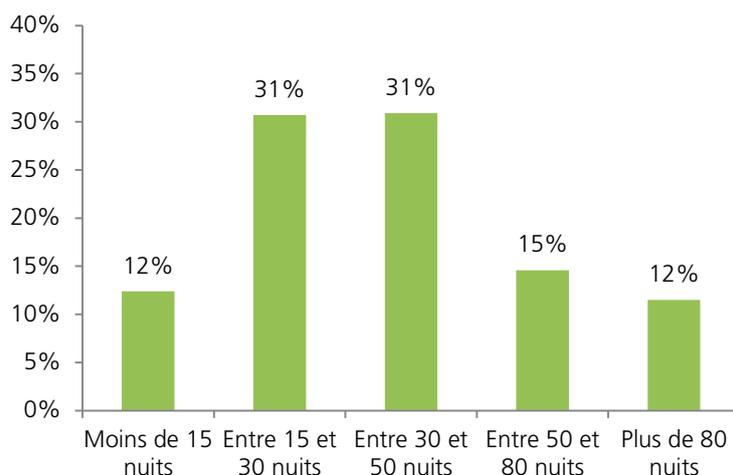


Place de la France en tant que destination « camping-car »

Part de la France dans les nuitées réalisées

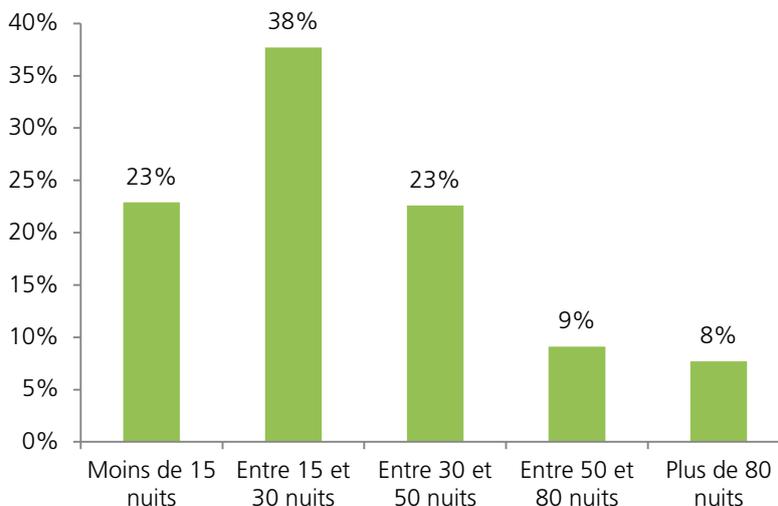
Part de la France dans les nuitées réalisées chaque année en général

Graphique 26 – Nombre de nuits passées en camping-car par an – toutes destinations confondues



Les camping-caristes passent en majorité (62%) entre 15 et 50 nuits dans leur camping-car, toutes destinations confondues, soit une moyenne estimée de 41 jours par an.

Graphique 27 – Nombre de nuits passées en France en camping-car par an



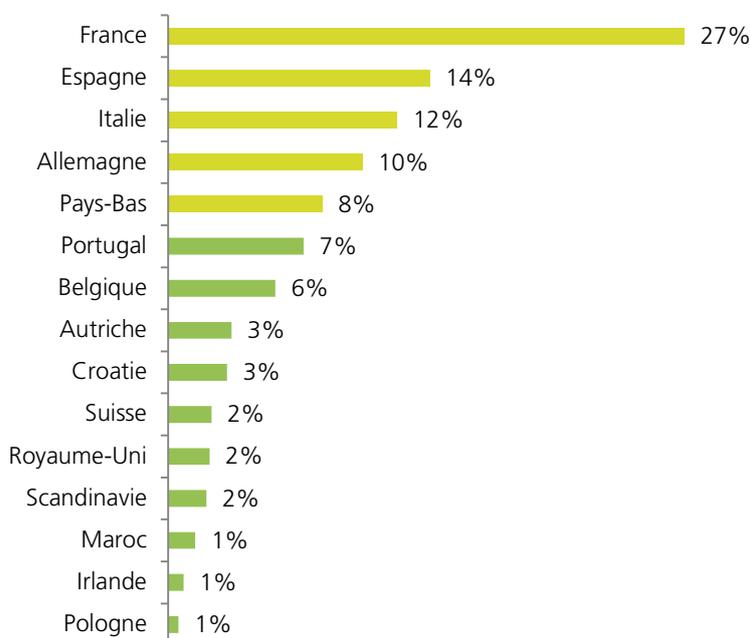
La France est une destination prisée en camping-cars puisqu'ils y passent pour 61% d'entre eux de 15 à 50 nuits par an soit une moyenne estimée de 33 jours par an, toutes nationalités confondues. Le nombre de nuitées passées en France est en moyenne de 25 jours par an pour les camping-caristes étrangers clients de la destination.

Place de la France dans le top 3 des destinations « camping-car » préférées

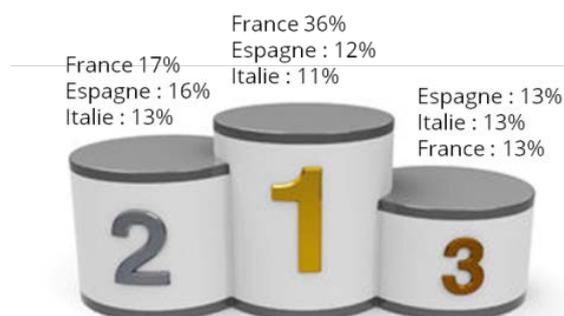
38% des camping-caristes n'ont pas visité d'autres pays que la France depuis les 5 dernières années. Parmi les 62% de camping-caristes ayant visité d'autres pays que la France et séjournant en France en 2017, le nombre moyen de pays visités depuis 5 ans est 4,2 pays.

Pour ces camping-caristes, la France arrive au 1^{er} rang des destinations préférées avec 27% des réponses. Sur le podium figurent aussi l'Espagne, l'Italie et ensuite l'Allemagne, avec respectivement 14%, 12% et 10%.

Graphique 28 – Classement des pays préférés (pays 1 = 3 pts, pays 2 = 2 pts et pays 3 = 1 pt)



Graphique 29 – Détail des différentes places du podium



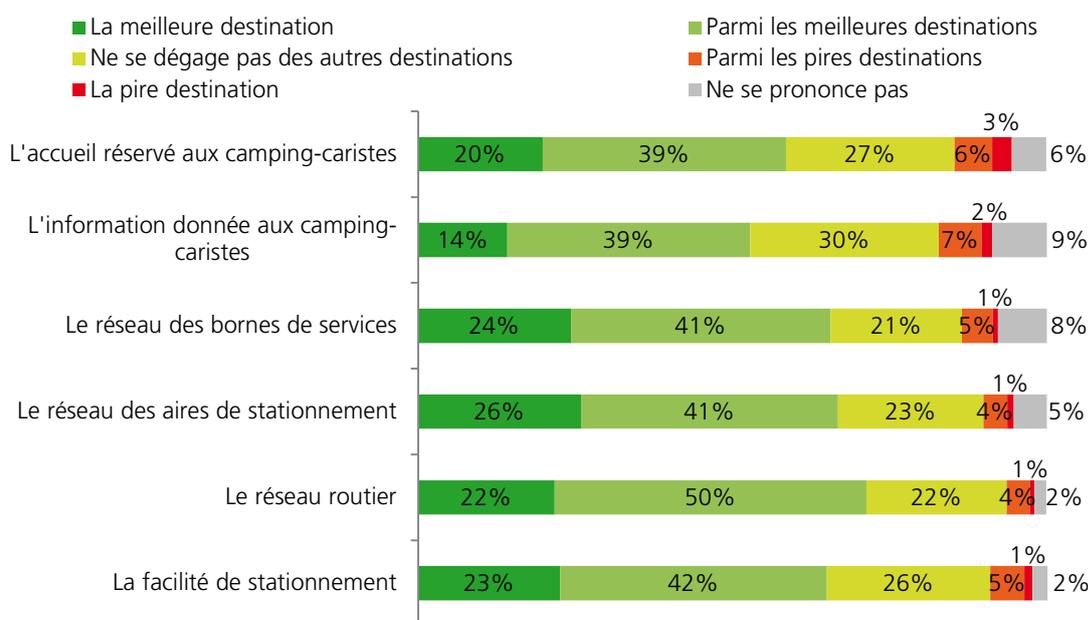
Les étrangers classent en 1^{ère} position la France, l'Allemagne puis l'Italie.

En 2^{ème} position : La France, l'Allemagne et l'Espagne

En 3^{ème} position : La France, l'Allemagne et l'Italie.

Les arguments de la compétitivité française

Graphique 30 – « Par rapport à votre expérience de visite en camping-car dans d'autres pays, quelle place attribuez-vous à la France pour ... »



La France est sans conteste une des destinations les plus appréciées des camping-caristes. Cependant, si l'intérêt du pays et la réputation des sites de visite sont des atouts majeurs, certains points mériteraient une attention particulière afin de se dégager des autres destinations.

Les camping-caristes sont en attente d'une politique d'accueil et d'information plus qualitative. Ces critères recueillent respectivement 27% et 30% de jugements « ne se dégage pas des autres destinations ». Les Français sont les plus critiques.

En parallèle, la politique d'équipement de la destination est plébiscitée avec 67%, 65% et 72% des camping-caristes qui jugent que la France bénéficie d'un meilleur réseau d'aires de stationnement, d'aire de services et routier.

Le potentiel touristique de la France sur le marché du camping-car n'est plus à démontrer néanmoins, des axes de progression existent sur la politique d'animation générale autour de la filière (accueil, information...).

Selon les marchés, des différences d'appréciation existent :

- 9% des Français et 9% des Allemands estiment que la France est classée parmi les pires destinations en matière de stationnement
- 89% des Britanniques estiment que la France est parmi les meilleures destinations en matière de réseau routier. Les Italiens, Belges et Suisses partagent ce jugement.
- 7% des Français sont très critiques vis-à-vis du réseau d'aires de stationnement. A contrario 90% des Espagnols le jugent parmi les meilleurs.
- De la même façon 8% des Français pensent que la France se classe parmi les pires destinations en matière de borne de services. A l'inverse 83% des Espagnols, 76% des Britanniques, 72% des Italiens et 70% des Allemands la jugent parmi les meilleures.

PORTRAIT DE CLIENTELES

Les camping-caristes français⁴

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes français en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont principalement des couples sans enfant à 72%. Seulement 23% des camping-caristes français réalisent ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,5 personnes par camping-car.

L'âge moyen des camping-caristes français s'établit à 58,5 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 16 ans. 55% des camping-caristes français ont plus de 60 ans. Seulement 14% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est mixte avec 51% d'hommes et 49% de femmes au sein des camping-cars.

En termes de situation professionnelle, 50% des camping-caristes français sont des retraités et 22% des employés/ouvriers. Les professions intermédiaires et cadres ne représentent que 22% des effectifs. Parmi les retraités, 35% étaient employés/ouvriers et 29% occupaient une profession intermédiaire.

Pour le marché français, la place des animaux domestiques est très importante avec 27% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Type et propriété du séjour en camping-car

51% des camping-caristes français voyagent avec un camping-car de type « profilé ». Les véhicules « intégral » représentent 27% des camping-cars conduits par des Français. Seulement 9% des camping-caristes français voyagent en van ou fourgon aménagé.

90% des camping-caristes français sont propriétaires de leur camping-car, seulement 8% utilisent un véhicule de location.

Fréquence d'utilisation du camping-car

63% des camping-caristes français utilisent leur camping-car entre 15 et 50 nuits par an, toutes destinations confondues avec une moyenne estimée à 41 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Les mois d'août et de juillet représentent respectivement 36% et 28% des nuitées des Français sur la période d'enquête. Malgré leur statut de retraité, ils voyagent en haute-saison. Le mois de septembre représente 24% des nuitées.

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

La durée moyenne de séjour des camping-caristes français sur la période d'enquête se situe à 25,4 jours au-delà de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 3,47 nuits contre 3,3 nuits en moyenne.

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

Les camping-caristes français en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages et s'intéressent aux produits locaux et du terroir. Ces activités sont pratiquées par 87% et 68% des clientèles françaises. La pratique de la randonnée pédestre est également très forte et regroupe 65% des camping-caristes.

⁴ Echantillon : 1423 questionnaires

Enfin, les Français fréquentent plus régulièrement les évènements culturels et sportifs avec 20% des camping-caristes concernés.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles françaises plébiscitent à 48% les aires de stationnement avec borne de services.

En matière de stationnement en journée, la clientèle française recherche de préférence une aire de stationnement (avec ou sans service) ou un parking public. Concernant le stationnement nocturne près de 7 camping-caristes sur 10 (69%) choisiront de préférence une aire de stationnement avec borne de services. Les campings ne représentent que 18% des préférences.

Ainsi, 56% des nuitées des clientèles françaises sont réalisées dans des aires de stationnement avec borne de services et 25% en camping.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, la clientèle française privilégie également les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (77%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (75%) et enfin les marchés (73%).

La fréquentation des restaurants est rare, 47% des camping-caristes s'y rendent rarement et 44% 1 à 3 fois par semaine.

En termes de dépenses, la dépense moyenne journalière s'élève à 37,3€/camping-car avec 44% des camping-caristes qui dépensent moins de 30€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 310 €/camping-car et par séjour.

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements

Malgré une forte fréquentation, la clientèle française est globalement plus insatisfaite que la moyenne de la destination en matière de séjour camping-car.

En effet, sur de nombreux critères, les items « très insatisfait » et « plutôt insatisfait » sont notés avec 10 points de plus que le résultat global. D'une manière générale, la clientèle française est moins satisfaite du stationnement en journée au regard de la facilité à trouver une place avec 55% d'opinions défavorables contre 40% au global, des lieux d'implantations des stationnements 52% défavorables contre 38%, les tarifs 49% d'opinions défavorables contre 36%.

Les tarifs des emplacements nocturnes sont également décriés avec 40% d'insatisfaits contre 29% en moyenne. En matière de sécurité, les clientèles françaises sont majoritairement satisfaites avec 74% d'opinions favorables concernant le stationnement en journée et 75% en nocturne.

Enfin, les Français se plaignent également de l'information donnée et de l'accueil réservé aux camping-caristes avec respectivement 42% et 47% d'opinions défavorables contre 30% et 29% sur l'ensemble des camping-caristes.

Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^e rang des destinations préférées des camping-caristes français ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie du Portugal, puis de l'Espagne.

Pour la clientèle française, les arguments de la compétitivité française sont le réseau routier et l'intérêt des sites à visiter. Les axes de progrès se situent sur la facilité de stationnement, mais également sur le réseau des aires et des bornes de services ainsi que sur l'accueil réservé au camping-caristes. Les clientèles françaises apparaissent les plus critiques et mécontentes de la destination, malgré une fidélité importante.

Les camping-caristes étrangers⁵

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes étrangers en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont principalement des couples sans enfant à 63%. Seulement 31% des camping-caristes étrangers réalisent ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,6 personnes par camping-car.

L'âge moyen des camping-caristes étrangers s'établit à 55,8 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 16,4 ans. 39% des camping-caristes étrangers ont plus de 60 ans et 24% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est mixte avec 52% d'hommes et 48% de femmes au sein des camping-cars.

En termes de situation professionnelle, 31% des camping-caristes étrangers sont des retraités et 28% des chefs d'entreprise ou cadres supérieurs. Les employés/ouvriers ne représentent seulement 18% des effectifs. Parmi les retraités, 58% étaient chefs d'entreprise ou cadres supérieurs et 20% occupaient une profession intermédiaire.

Pour le marché étranger, la place des animaux domestiques est très importante avec 24% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Type et propriété du séjour en camping-car

28% des camping-caristes étrangers voyagent avec un camping-car de type « intégral ». 19% des camping-caristes étrangers voyagent en van ou fourgon aménagé.

86% des camping-caristes étrangers sont propriétaires de leur camping-car, 11% utilisent un véhicule de location.

Fréquence d'utilisation du camping-car

73% des camping-caristes étrangers utilisent leur camping-car entre 15 et 50 nuits par an toutes destinations confondues, avec une moyenne estimée à 41 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Les mois d'août et de juillet représentent respectivement 33% et 28% des nuitées des étrangers sur la période d'enquête. Ils voyagent principalement en haute-saison. Le mois de septembre représente 27% des nuitées et le mois de juin seulement 13%.

Profil : principales évolutions entre 2015 et 2017⁶

Au niveau du profil, plusieurs évolutions sont observées. Tout d'abord, on observe un léger vieillissement des camping-caristes avec près de 56 ans de moyenne d'âge en 2017 contre 52 ans en 2015. La proportion des plus de 60 ans reste identique avec 39%, mais c'est la state des 75 ans et plus qui se renforce légèrement.

La part des retraités reste inchangée avec 31% des camping-caristes à la retraite en 2015 et 2017. Comme en 2015, les camping-caristes viennent en séjour en France en couple à 63% en 2017, contre 66% en 2015.

Concernant l'origine géographique de la clientèle, le podium des pays émetteurs connaît quelques changements. En 2015, les 3 principaux marchés émetteurs étaient la Belgique, l'Allemagne et le Royaume-Uni et loin derrière les Pays-Bas (10 points d'écart avec le Royaume-Uni). En 2017, le classement est le suivant : Allemagne, Belgique, Royaume-Uni très proche les Pays-Bas et l'Italie (0.5 points d'écart avec le Royaume-Uni). La période d'enquête est l'un des éléments d'explication.

⁵ Echantillon : 1236 questionnaires

⁶ Enquête réalisée du 1^{er} mai au 31 juillet 2015 sur un échantillon de 1516 questionnaires collectés auprès des camping-caristes étrangers en séjour en France

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

La durée moyenne de séjour des camping-caristes étrangers sur la période d'enquête se situe à 15.6 jours en deçà de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 3 nuits contre 3,3 nuits en moyenne.

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

Les camping-caristes étrangers en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages, des musées et lieux de patrimoine et s'intéressent aux produits locaux et du terroir. Ces activités sont respectivement pratiquées par 80%, 59% et 55% de la clientèle étrangère. La pratique de la randonnée pédestre est également très forte et regroupe 49% des camping-caristes étrangers.

Enfin, les étrangers viennent également en France pour profiter des sites de baignade avec 46% des camping-caristes concernés.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles étrangères plébiscitent de façon équivalente à 39% les campings et les aires de stationnement avec borne de services.

En matière de stationnement en journée, la clientèle étrangère recherche de préférence un parking public ou une aire de stationnement sans service. Concernant le stationnement nocturne près de 6 camping-caristes sur 10 (62%) choisiront de préférence un camping. Les aires de stationnement avec borne de services ne représentent que 25% des préférences des clientèles étrangères.

Ainsi, 52% des nuitées des clientèles étrangères sont réalisées dans les campings et 34% sur des aires de stationnement avec borne de services.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, la clientèle étrangère privilégie largement les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (84%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (62%) et enfin les marchés (50%).

La fréquentation des restaurants est importante, 49% des camping-caristes s'y rendent 1 à 3 fois par semaine et 9% tous les jours ou presque.

Concernant le budget, la dépense moyenne journalière s'élève à 53.8€/camping-car avec seulement 24% des camping-caristes qui dépensent moins de 30€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 382 €/camping-car et par séjour.

Comportement de séjour : principales évolutions entre 2015 et 2017⁷

Au niveau du comportement de séjour, la durée moyenne des haltes reste inchangée entre 2015 et 2017 autour de 3 nuits par halte. La durée moyenne de séjour passe de 9.3 jours à 15.6 jours et s'explique principalement par la période d'enquête englobant les mois d'août et de septembre en 2017.

Le choix de la destination « France » s'effectue comme en 2015 sur 3 principaux critères autour de la réputation des sites touristiques mais aussi de la facilité d'accès et du retour d'expérience de l'entourage. Les visites culturelles et patrimoniales mais aussi la découverte des terroirs et la pratique d'activités sportives restent comme en 2015 les principales activités des camping-caristes étrangers. En 2017, 67% des camping-caristes étrangers déclarent fréquenter un office de tourisme, contre 61% en 2015.

En termes de dépense, on observe une légère baisse entre 2015 et 2017 sur le budget moyen journalier avec 17% des camping-caristes qui dépensaient moins de 30 €/jour en 2015 contre 24% en 2017 et 18% qui dépensaient plus de 90€/jour en 2015 contre 14% en 2017. Cette baisse s'explique en partie par la période d'enquête qui a favorisé la prise en compte plus importante des familles.

⁷ Enquête réalisée du 1^{er} mai au 31 juillet 2015 sur un échantillon de 1516 questionnaires collectés auprès des camping-caristes étrangers en séjour en France

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements de l'étude 2017 et évolutions

La clientèle étrangère est globalement beaucoup plus satisfaite de la destination que la clientèle française.

Les clientèles étrangères sont très satisfaites du stationnement en journée au regard de la facilité à trouver une place avec 78% d'opinions favorables contre 55% d'opinions défavorables pour les clientèles françaises. Les lieux d'implantation des stationnements, les tarifs et la sécurité sont également appréciés fortement avec respectivement 77%, 73% et 82% d'opinions favorables. Entre 2015 et 2017, l'ensemble des critères de satisfaction concernant le stationnement en journée ont connu une progression favorable.

Tableau 7 – Détail comparatif de la satisfaction vis-à-vis du stationnement journée

STATIONNEMENT JOURNEE	Facilité de stationnement		Lieu d'implantation		Tarif		Sentiment de sécurité	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017
Très satisfait	16%	35%	16%	26%	11%	28%	20%	33%
Satisfait	45%	43%	44%	51%	48%	45%	59%	49%
Sous-total « Satisfait »	61%	78%	60%	77%	59%	73%	79%	82%
Pas satisfait	25%	14%	26%	15%	27%	15%	14%	12%
Pas du tout satisfait	10%	6%	8%	5%	6%	5%	2%	2%
Ne se prononce pas	5%	3%	5%	3%	9%	7%	6%	4%

Concernant le stationnement nocturne, les tarifs décriés avec 30% d'insatisfaits en 2015 ne le sont que par 21% des camping-caristes en 2017. En matière de sécurité, les clientèles étrangères sont majoritairement satisfaites avec 85% d'opinions favorables en 2017 contre 72% en 2015. Sur l'ensemble des critères la destination a progressé. La qualité des services proposés est le critère qui a connu le moins fort développement et reste un point de vigilance.

Tableau 8 – Détail comparatif de la satisfaction vis-à-vis du stationnement nocturne

STATIONNEMENT NOCTURNE	Propreté		Qualité services		Ambiance paysagère		Tarif	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017
Très satisfait	21%	32%	16%	23%	23%	34%	13%	25%
Satisfait	54%	52%	57%	54%	58%	52%	52%	53%
Sous-total « Satisfait »	75%	84%	73%	77%	81%	86%	65%	78%
Pas satisfait	18%	10%	19%	16%	13%	9%	27%	14%
Pas du tout satisfait	2%	1%	3%	1%	1%	1%	3%	7%
Ne se prononce pas	4%	4%	6%	7%	4%	4%	7%	5%

STATIONNEMENT NOCTURNE	Sentiment de sécurité	
	2015	2017
Très satisfait	20%	32%
Satisfait	52%	53%
Sous-total « Satisfait »	72%	85%
Pas satisfait	27%	14%
Pas du tout satisfait	3%	3%
Ne se prononce pas	7%	4%

Enfin, les camping-caristes plébiscitent toujours autant la destination avec 95% d'entre eux qui expriment une très forte satisfaction vis-à-vis de l'intérêt du pays et de l'accueil réservé aux camping-caristes. La satisfaction vis-à-vis du rapport qualité-prix de la destination a connu une très forte augmentation entre 2015 et 2017 avec + 11 points d'opinion favorable. Si la satisfaction sur l'information donnée reste bonne avec 77% des camping-caristes satisfaits, il s'agit néanmoins d'un critère sensible et sur lequel il faut rester attentif.

Tableau 9 – Détail comparatif de la satisfaction vis-à-vis de la destination

DESTINATION	Rapport Qualité-Prix		Intérêt pays		Accueil réservé		Information donnée	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017
Très satisfait	27%	30%	53%	54%	27%	40%	20%	28%
Satisfait	48%	56%	39%	41%	56%	48%	50%	49%
Sous-total « Satisfait »	75%	86%	92%	95%	83%	88%	70%	77%
Pas satisfait	21%	11%	5%	2%	12%	8%	22%	14%
Pas du tout satisfait	1%	2%	-	-	2%	1%	2%	3%
Ne se prononce pas	3%	2%	3%	2%	4%	4%	7%	7%

Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^{er} rang des destinations préférées des camping-caristes étrangers ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie de l'Allemagne et de l'Italie.

Pour la clientèle étrangère, les arguments de la compétitivité française sont le réseau routier et la facilité de stationnement. Le réseau des aires et des bornes de services est également très apprécié.

Entre 2015 et 2017, on observe que le sentiment des clientèles étrangères est plus « tranché » vis-à-vis de la destination. En effet, alors qu'en 2015, une large partie des camping-caristes (+/- 40% selon les critères) trouvaient que la France ne se dégageait pas des autres destinations, on remarque que cette posture de « ventre mou » est beaucoup moins forte en 2017. La destination apparaît, du point de vue des étrangers, avoir renforcé ses axes de compétitivité (« ne se dégage pas des autres destinations » +/- 20% selon les critères en 2017).

Tableau 10 – Détail comparatif des arguments de compétitivité de la France

DESTINATION	Facilité de stationnement		Réseau routier		Réseau des aires de stationnement		Réseau des bornes de service	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017
La meilleure destination	23%	26%	25%	23%	26%	28%	17%	27%
Parmi les meilleures	37%	47%	37%	51%	26%	41%	29%	40%
Ne se dégage pas	34%	21%	38%	22%	40%	23%	45%	21%
Parmi les pires	3%	4%	1%	3%	3%	25%	4%	3%
La pire destination	1%	1%	-	-	1%	1%	-	-
Ne se prononce pas	2%	2%	1%	1%	6%	5%	6%	9%

DESTINATION	Information donnée		Accueil réservé	
	2015	2017	2015	2017
La meilleure destination	14%	16%	13%	26%
Parmi les meilleures	37%	42%	41%	43%
Ne se dégage pas	42%	28%	41%	22%
Parmi les pires	3%	5%	1%	3%
La pire destination	-	1%	-	2%
Ne se prononce pas	4%	9%	4%	5%

Les camping-caristes allemands⁸

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes allemands en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont principalement des couples sans enfant à 70%. Seulement 25% des camping-caristes allemands réalisent ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,4 personnes par camping-car.

L'âge moyen des camping-caristes allemands s'établit à 55,3 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 13,8 ans. 43% des camping-caristes allemands ont plus de 60 ans. Seulement 20% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est mixte avec 51% d'hommes et 49% de femmes au sein des camping-cars.

En termes de situation professionnelle, 31% des camping-caristes allemands sont des retraités et 29% des cadres supérieurs/chef d'entreprises. Les professions intermédiaires et les ouvriers/employés ne représentent que 33% des effectifs. Parmi les retraités, 55% étaient chef d'entreprise/cadre supérieur et 21% occupaient une profession intermédiaire.

Pour le marché allemand, la place des animaux domestiques est importante avec 21% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Type et propriété du séjour en camping-car

34% des camping-caristes allemands voyagent avec un camping-car de type « profilé ». Les véhicules « intégral » représentent 29% des camping-cars conduits par des Allemands. 15% des camping-caristes allemands voyagent en van ou fourgon aménagé.

83% des camping-caristes allemands sont propriétaires de leur camping-car et près de 14% utilisent un véhicule de location.

Fréquence d'utilisation du camping-car

56% des camping-caristes allemands utilisent leur camping-car entre 15 et 50 nuits par an, toutes destinations confondues, avec une moyenne estimée à 44,6 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Les mois d'août, de juillet et de septembre représentent respectivement 25%, 25% et 34% des nuitées des Allemands sur la période d'enquête.

Malgré la forte présence des retraités, ils voyagent en haute-saison mais aiment également séjourner durant le mois de septembre.

Habitude de séjour en camping-car en France

71% des camping-caristes allemands n'en sont pas à leur premier séjour en France avec un camping-car. Deux tiers des camping-caristes allemands ont réalisé plus de 3 séjours en France depuis 5 ans.

Choix de la destination

Parmi les principales raisons qui ont poussé les camping-caristes allemands à venir séjourner en France en camping-car, 71% des camping-caristes évoquent la réputation des sites touristiques, 35% le retour d'expérience de leur entourage, 28% la facilité d'accès et 18% invoquent le fait que la France est une étape.

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

La durée moyenne de séjour des camping-caristes allemands sur la période d'enquête se situe à 15,9 jours en deçà de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 3,1 nuits contre 3,3 nuits en moyenne.

⁸ Echantillon : 255 questionnaires

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

Les camping-caristes allemands en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages, les musées et lieux patrimoniaux et s'intéressent aux produits locaux et du terroir. Ces activités sont pratiquées par 81%, 63% et 65% des clientèles allemands. La pratique de la randonnée pédestre et de la baignade sont également très fortes et regroupent chacune 60% des camping-caristes. Enfin, les Allemands recherchent également le farniente avec 23% des camping-caristes concernés.

68% des camping-caristes allemands se sont rendus au moins une fois dans un office de tourisme durant leur séjour.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles allemandes plébiscitent tout autant à 64% les aires de stationnement avec borne de services et les campings avec borne de services

En matière de stationnement en journée, la clientèle allemande recherche de préférence un parking public pour 51% d'entre elle ou une aire de stationnement (sans service) pour 45% des camping-caristes. Concernant le stationnement nocturne près de 6 camping-caristes sur 10 (60%) choisiront de préférence un camping. Les aires de stationnement ne représentent que 28% des préférences.

Ainsi, 53% des nuitées de la clientèle allemande sont réalisées dans des campings et 39% en aires de stationnement avec borne de services.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, la clientèle allemande privilégie également les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (81%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (69%) et enfin les marchés (64%).

La fréquentation des restaurants est importante, 47% des camping-caristes s'y rendent 1 à 3 fois par semaine et 10% tous les jours ou presque.

Concernant le budget, la dépense moyenne journalière s'élève à 51,9€/camping-car avec un tiers des camping-caristes qui dépensent plus de 60€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 379 €/camping-car et par séjour.

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements

La clientèle allemande est globalement satisfaite de la destination en matière de séjour camping-car.

D'une manière générale, les clientèles allemandes sont moins satisfaites du stationnement en journée au regard des lieux d'implantation des stationnements, avec 17% d'opinion défavorable.

Concernant le stationnement nocturne, 19% des clientèles allemandes regrettent le manque de services associés aux emplacements. En matière de sécurité, les clientèles allemandes sont majoritairement satisfaites avec 86% d'opinions favorables concernant le stationnement en journée et 88% en nocturne.

Enfin, les Allemands apprécient l'accueil réservé aux camping-caristes avec 90% d'opinions favorables mais 15% se plaignent en parallèle de l'information donnée aux camping-caristes.

Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^e rang des destinations préférées des camping-caristes allemands ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie de l'Allemagne puis de l'Italie.

Pour la clientèle allemande, les arguments de la compétitivité française sont la facilité de stationnement, le réseau des aires de stationnement, et le réseau des bornes de services. Les axes de progrès se situent sur l'accueil et l'information donnée aux camping-caristes.

Les camping-caristes belges⁹

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes belges en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont principalement des couples sans enfant à 70%. Seulement 27% des camping-caristes belges réalisent ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,6 personnes par camping-car.

L'âge moyen des camping-caristes belges s'établit à 55,3 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 12,7 ans. 37% des camping-caristes belges ont plus de 60 ans. Seulement 24% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est mixte avec 51% d'hommes et 49% de femmes au sein des camping-cars.

En termes de situation professionnelle, 34% des camping-caristes belges sont des retraités et 31% des ouvriers/employés. Les cadres et professions intermédiaires ne représentent que 26% des effectifs. Parmi les retraités, 38% étaient chef d'entreprise/cadre supérieur et 34% occupaient une profession d'employé/ouvrier.

Pour le marché belge, la place des animaux domestiques est très importante avec 31% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Type et propriété du séjour en camping-car

42% des camping-caristes belges voyagent avec un camping-car de type « intégral ». Les véhicules « profilé » représentent 26% des camping-cars conduits par des Belges. 11% des camping-caristes belges voyagent en van ou fourgon aménagé.

93% des camping-caristes belges sont propriétaires de leur camping-car et seulement 6% utilisent un véhicule de location lors de ce séjour en France.

Fréquence d'utilisation du camping-car

60% des camping-caristes belges utilisent leur camping-car entre 15 et 50 nuits par an, toutes destinations confondues, avec une moyenne estimée à 43,9 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Les mois de juillet et de septembre représentent respectivement 31% et 33% des nuitées des Belges sur la période d'enquête. Malgré la forte présence des retraités, ils voyagent en haute-saison mais aiment également séjourner durant le mois de septembre.

Habitude de séjour en camping-car en France

93% des camping-caristes belges n'en sont pas à leur premier séjour en France avec un camping-car. 38% des camping-caristes belges ont réalisé plus de 11 séjours en France depuis 5 ans.

Choix de la destination

Parmi les principales raisons qui ont poussé les camping-caristes belges à venir séjourner en France en camping-car, 49% des camping-caristes évoquent la réputation des sites touristiques, 35% la facilité d'accès, 24 % le retour d'expérience de leur entourage, et 17% invoquent l'existence d'attaches (amis, famille) en France.

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

La durée moyenne de séjour des camping-caristes belges sur la période d'enquête se situe à 18 jours en deçà de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 2,7 nuits contre 3,3 nuits en moyenne.

⁹ Echantillon : 200 questionnaires

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

Les camping-caristes belges en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages, et s'intéressent aux produits locaux et du terroir. Ces activités sont pratiquées par 76% et 60% des clientèles belges. La pratique du cyclotourisme et de la baignade sont également très fortes et regroupent respectivement 53% et 51% des camping-caristes. Enfin, les Belges recherchent également le shopping avec 48% des camping-caristes concernés.

72% des camping-caristes belges se sont rendus au moins une fois dans un office de tourisme durant leur séjour.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles belges plébiscitent à 65% les aires de stationnement avec borne de services.

En matière de stationnement en journée, la clientèle belge recherche de préférence une aire de stationnement (avec ou sans service(s)) pour 52% des camping-caristes. Concernant le stationnement nocturne près de 7 camping-caristes sur 10 (68%) choisiront de préférence une aire de stationnement avec borne de services. Le camping ne représente que 24% des préférences.

Ainsi, 42% des nuitées des clientèles belges sont réalisées dans des campings et 47% en aires de stationnement avec borne de services.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, la clientèle belge privilégie également les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (88%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (68%) et enfin les marchés (58%).

La fréquentation des restaurants est importante, 58% des camping-caristes s'y rendent 1 à 3 fois par semaine et 12% tous les jours ou presque.

Concernant le budget, la dépense moyenne journalière s'élève à 57,5€/camping-car avec un tiers des camping-caristes qui dépensent plus de 60€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 385 €/camping-car et par séjour.

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements

La clientèle belge est globalement satisfaite de la destination en matière de séjour camping-car.

D'une manière générale, les clientèles belges sont moins satisfaites du stationnement en journée au regard de la facilité de stationnement, du lieu d'implantation et des tarifs avec respectivement 28%, 30% et 32% d'opinion défavorable.

Concernant le stationnement nocturne, 84% des clientèles sont très satisfaites de la propreté des emplacements mais 22% des clientèles belges regrettent les tarifs. En matière de sécurité, les clientèles belges sont majoritairement satisfaites avec 75% d'opinions favorables concernant le stationnement en journée et 81% en nocturne.

Enfin, les Belges apprécient à 87% le rapport qualité/prix de la destination, son intérêt à 97% et l'accueil réservé aux camping-caristes avec 83% d'opinions favorables.

Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^{er} rang des destinations préférées des camping-caristes belges ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie de l'Allemagne puis des Pays-Bas.

Pour la clientèle belge, les arguments de la compétitivité française sont la facilité de stationnement, et le réseau routier. Pour un quart de la clientèle belge, le réseau des aires de stationnement et le réseau des bornes de services français ne se dégagent pas tellement des autres destinations. Les axes de progrès se situent principalement sur l'information donnée aux camping-caristes.

Les camping-caristes néerlandais¹⁰

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes néerlandais en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont principalement des couples sans enfant à 74%. Seulement 21% des camping-caristes néerlandais réalisent ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,3 personnes par camping-car.

L'âge moyen des camping-caristes néerlandais s'établit à 56,2 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 19,3 ans. 42% des camping-caristes néerlandais ont plus de 60 ans. Seulement 20% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est mixte avec 51% d'hommes et 49% de femmes au sein des camping-cars.

En termes de situation professionnelle, 30% des camping-caristes néerlandais sont des retraités et 31% des cadres/chefs d'entreprise. Les ouvriers et employés ne représentent que 12% des effectifs. Parmi les retraités, 56% étaient chef d'entreprise/cadre supérieur et seulement 3% occupaient une profession d'employé/ouvrier.

Pour le marché néerlandais, la place des animaux domestiques n'est pas très significative avec seulement 13% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Type et propriété du séjour en camping-car

29% des camping-caristes néerlandais voyagent avec un camping-car de type « profilé ». Les véhicules « intégral » représentent 28% des camping-cars conduits par des Néerlandais. 27% des camping-caristes néerlandais voyagent en van ou fourgon aménagé.

89% des camping-caristes néerlandais sont propriétaires de leur camping-car et seulement 9% utilisent un véhicule de location lors de ce séjour en France.

Fréquence d'utilisation du camping-car

54% des camping-caristes néerlandais utilisent leur camping-car entre 30 et 80 nuits par an, toutes destinations confondues, avec une moyenne estimée à 50 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Le mois d'août représente respectivement 43% des nuitées des Néerlandais sur la période d'enquête. Malgré la forte présence des retraités, les camping-caristes néerlandais séjournent essentiellement en France en très haute saison, les mois de juillet et septembre ne représentant chacun que 23% des nuitées.

Habitude de séjour en camping-car en France

68% des camping-caristes néerlandais n'en sont pas à leur premier séjour en France avec un camping-car. 56% des camping-caristes néerlandais ont réalisé entre 3 et 7 séjours en France depuis 5 ans.

Choix de la destination

Parmi les principales raisons qui ont poussé les camping-caristes néerlandais à venir séjourner en France en camping-car, 34% des camping-caristes évoquent la réputation des sites touristiques, 20% la facilité d'accès, 19% le retour d'expérience de leur entourage, et 15% invoquent le fait que la France soit une étape parmi d'autres.

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

La durée moyenne de séjour des camping-caristes néerlandais sur la période d'enquête se situe à 16,6 jours en deçà de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 3 nuits contre 3,3 nuits en moyenne.

¹⁰ Echantillon : 160 questionnaires

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

Les camping-caristes néerlandais en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages, et pratiquer le vélo ou le cyclotourisme. Ces activités sont pratiquées par 83% et 60% des clientèles néerlandaises. Les visites de musées et de sites patrimoniaux, mais aussi l'activité de baignade, sont également très prisées et regroupent respectivement 58% et 52% des camping-caristes. Enfin, les Néerlandais recherchent également la tranquillité, le calme et le farniente lors de leur séjour avec 49% des camping-caristes concernés.

61% des camping-caristes néerlandais se sont rendus au moins une fois dans un office de tourisme durant leur séjour.

Les 3 destinations françaises les plus visitées par les Néerlandais lors de ce séjour sont : la Bourgogne, les plages du débarquement et la Provence.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles néerlandaises plébiscitent à 63% les campings avec borne de services.

En matière de stationnement en journée, la clientèle néerlandaise recherche de préférence un parking public (53%), un camping (47%) ou une aire de stationnement (45% des camping-caristes). Concernant le stationnement nocturne près de 8 camping-caristes sur 10 (77%) choisissent de préférence un camping. Les aires de stationnement avec borne de services ne représentent que 24% des préférences.

Ainsi, 60% des nuitées des clientèles néerlandaises sont réalisées dans des campings et 24% en aires de stationnement avec borne de services.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, la clientèle néerlandaise privilégie les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (90%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (60%) et enfin les marchés (39%).

La fréquentation des restaurants est faible, plus d'un tiers des camping-caristes vont rarement ou jamais au restaurant et 57% s'y rendent 1 à 3 fois par semaine.

En termes de dépenses, la dépense moyenne journalière s'élève à 52,4€/camping-car avec 68% des camping-caristes qui dépensent moins de 60€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 378 €/camping-car et par séjour.

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements

La clientèle néerlandaise est globalement satisfaite de la destination en matière de séjour camping-car.

D'une manière générale, les clientèles néerlandaise sont très satisfaites du stationnement en journée au regard de la facilité de stationnement, du lieu d'implantation et des tarifs avec respectivement 79%, 81% et 80% d'opinions favorables.

Concernant le stationnement nocturne, les clientèles néerlandaises sont insatisfaites de la qualité des services associés au stationnement avec 26% d'insatisfaits sur les opinions exprimées. En matière de sécurité, les clientèles néerlandaises sont majoritairement satisfaites avec 79% d'opinions favorables concernant le stationnement en journée et 76% en nocturne.

Enfin, les Néerlandais apprécient à 82% le rapport qualité/prix de la destination, son intérêt à 88% et l'accueil réservé aux camping-caristes avec 87% d'opinions favorables, mais ils expriment quelques déceptions concernant l'information donnée aux camping-caristes (19% d'insatisfaits).

Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^e rang des destinations préférées des camping-caristes néerlandais ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie de l'Allemagne puis de l'Italie.

Pour la clientèle néerlandaise, les arguments de la compétitivité française sont la facilité de stationnement et le réseau routier. Pour près d'un tiers de la clientèle néerlandaise, le réseau des aires de stationnement et le réseau des bornes de services français ne se dégagent pas tellement des autres destinations. Les axes de progrès se situent principalement sur l'information donnée aux camping-caristes.

Les camping-caristes britanniques¹¹

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes britanniques en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont principalement des couples sans enfant à 64%. 27% des camping-caristes britanniques réalisent ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,5 personnes par camping-car.

L'âge moyen des camping-caristes britanniques s'établit à 56,9 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 24 ans. 48% des camping-caristes britanniques ont plus de 60 ans. Seulement 21% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est légèrement plus masculine avec 54% d'hommes et 46% de femmes au sein des camping-cars.

En termes de situation professionnelle, 40% des camping-caristes britanniques sont des retraités et 29% des cadres/chefs d'entreprise. Les ouvriers et employés ne représentent que 15% des effectifs. Parmi les retraités, 65% étaient chefs d'entreprise/cadre supérieur et 26% occupaient une profession d'employé/ouvrier.

Pour le marché britannique, la place des animaux domestiques est significative avec 18% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Type et propriété du séjour en camping-car

42% des camping-caristes britanniques voyagent avec un camping-car de type « capucine ». Les véhicules « intégral » représentent 18% des camping-cars conduits par des Britanniques. 24% des camping-caristes britanniques voyagent en van ou fourgon aménagé.

92% des camping-caristes britanniques sont propriétaires de leur camping-car et seulement 5% utilisent un véhicule de location lors de ce séjour en France.

Fréquence d'utilisation du camping-car

65% des camping-caristes britanniques utilisent leur camping-car entre 15 et 50 nuits par an, toutes destinations confondues, avec une moyenne estimée à 44 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Les mois d'août et septembre représentent respectivement 28% et 32% des nuitées des Britanniques sur la période d'enquête. Malgré la forte présence des retraités, les camping-caristes britanniques séjournent en France en très haute saison, les mois de juillet et août représentant 24% et 28% des nuitées. Les ailes de saisons (juin et septembre) représentent 48% des nuitées.

Habitude de séjour en camping-car en France

79% des camping-caristes britanniques n'en sont pas à leur premier séjour en France avec un camping-car. 60% des camping-caristes britanniques ont réalisé entre 3 et 7 séjours en France depuis 5 ans.

Choix de la destination

Parmi les principales raisons qui ont poussé les camping-caristes britanniques à venir séjourner en France en camping-car, 56% des camping-caristes évoquent la facilité d'accès, 53% la réputation des sites touristiques, 38% le fait que la France soit une étape parmi d'autres, et 29% invoquent le retour d'expérience de leur entourage. A noter, 18% des camping-caristes britanniques ont choisi de séjourner en France en raison d'un évènement sportif ou culturel.

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

¹¹ Echantillon : 163 questionnaires

La durée moyenne de séjour des camping-caristes britanniques sur la période d'enquête se situe à 17,5 jours en deçà de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 4 nuits contre 3,3 nuits en moyenne.

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

Les camping-caristes britanniques en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages et découvrir les sites patrimoniaux et culturels français. Ces activités sont pratiquées par 85% et 62% des clientèles britanniques. La découverte et la dégustation des productions locales mais aussi la randonnée pédestre sont également très prisées et regroupent respectivement 60% et 57% des camping-caristes. Enfin, les Britanniques recherchent également des offres de shopping avec 46% des camping-caristes concernés.

74% des camping-caristes britanniques se sont rendus au moins une fois dans un office de tourisme durant leur séjour.

Les 3 destinations françaises les plus visitées par les Britanniques lors de ce séjour sont : les plages du débarquement, les Alpes et les Châteaux de la Loire.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles britanniques plébiscitent à 73% les campings avec borne de services.

En matière de stationnement en journée, la clientèle britannique recherche de préférence un camping (53%) ou un parking public (45%). Concernant le stationnement nocturne trois quart des camping-caristes (74%) choisissent de préférence un camping. Les aires de stationnement avec borne de services ne représentent que 19% des préférences.

Ainsi, 60% des nuitées des clientèles britanniques sont réalisées dans des campings et 24% en aires de stationnement avec borne de services.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, la clientèle britannique privilégie les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (88%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (62%) et enfin les marchés (39%).

La fréquentation des restaurants est importante, 48% des camping-caristes vont 1 à 3 fois par semaine au restaurant et 4% s'y rendent tous les jours.

En termes de dépenses, la dépense moyenne journalière s'élève à 52€/camping-car avec 71% des camping-caristes qui dépensent moins de 60€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 360 €/camping-car et par séjour.

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements

La clientèle britannique est globalement satisfaite de la destination en matière de séjour camping-car.

D'une manière générale, les clientèles britanniques sont très satisfaites du stationnement en journée au regard de la facilité de stationnement et du lieu d'implantation, avec respectivement 80%, et 82% d'opinions favorables. 20% des camping-caristes britanniques expriment une insatisfaction vis-à-vis des tarifs pratiqués.

Concernant le stationnement nocturne, les clientèles britanniques sont globalement très satisfaites sur l'ensemble des critères avec 82% de satisfaction sur les tarifs et 83% sur les services associés au stationnement. En matière de sécurité, les clientèles britanniques sont majoritairement satisfaites avec 82% d'opinions favorables concernant le stationnement en journée et 88% en nocturne.

Enfin, les Britanniques apprécient à 88% le rapport qualité/prix de la destination, son intérêt à 96% et l'accueil réservé aux camping-caristes avec 93% d'opinions favorables, mais ils expriment quelques déceptions concernant l'information donnée aux camping-caristes (14% d'insatisfaits).

Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^e rang des destinations préférées des camping-caristes britanniques ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie de l'Espagne puis de l'Allemagne.

Pour la clientèle britannique, les arguments de la compétitivité française sont la facilité de stationnement, le réseau routier, le réseau des aires de stationnement et des bornes de service et l'accueil. Les axes de progrès se situent principalement sur l'information donnée aux camping-caristes.

Les camping-caristes italiens¹²

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes italiens en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont majoritairement des couples sans enfant à 54%, mais 41% des camping-caristes italiens réalisent également ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,8 personnes par camping-car.

L'âge moyen des camping-caristes italiens s'établit à 55,6 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 14,4 ans. 38% des camping-caristes italiens ont plus de 60 ans et 24% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est légèrement plus masculine avec 52% d'hommes et 48% de femmes au sein des camping-cars.

En termes de situation professionnelle, seulement 28% des camping-caristes italiens sont des retraités et 28% des cadres/chefs d'entreprise. Les ouvriers et employés représentent 24% des effectifs. Parmi les retraités, 43% étaient chefs d'entreprise/cadre supérieur et 28% occupaient une profession intermédiaire.

Pour le marché italien, la place des animaux domestiques est très significative avec 36% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Type et propriété du séjour en camping-car

40% des camping-caristes italiens voyagent avec un camping-car de type « capucine ». Les véhicules « intégral » représentent 24% des camping-cars conduits par des Italiens et 13% voyagent en van ou fourgon aménagé.

89% des camping-caristes italiens sont propriétaires de leur camping-car et seulement 9% utilisent un véhicule de location lors de ce séjour en France.

Fréquence d'utilisation du camping-car

80% des camping-caristes italiens utilisent leur camping-car entre 15 et 50 nuits par an, toutes destinations confondues, avec une moyenne estimée à 32 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Les mois de juillet et d'août représentent respectivement 28% et 34% des nuitées des Italiens sur la période d'enquête. Au regard de la présence importante des familles, les camping-caristes italiens séjournent en France en très haute saison. Les ailes de saisons (juin et septembre) représentent 38% des nuitées.

Habitude de séjour en camping-car en France

72% des camping-caristes italiens n'en sont pas à leur premier séjour en France avec un camping-car. 57% des camping-caristes italiens ont réalisé moins de 5 séjours en France depuis 5 ans.

Choix de la destination

Parmi les principales raisons qui ont poussé les camping-caristes italiens à venir séjourner en France en camping-car, 29% des camping-caristes évoquent la réputation des sites touristiques, 18% la facilité d'accès, 16% le retour d'expérience de leur entourage et 11% invoquent le fait que la France soit une étape parmi d'autres. A noter, 6% des camping-caristes italiens ont choisi de séjourner en France en raison d'un événement sportif ou culturel.

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

La durée moyenne de séjour des camping-caristes italiens sur la période d'enquête se situe à 11,2 jours en deçà de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 2,8 nuits, contre 3,3 nuits en moyenne.

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

¹² Echantillon : 123 questionnaires

Les camping-caristes italiens en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages et déguster des productions locales. Ces activités sont pratiquées par 83% et 61% des clientèles italiens. Les visites de musées, de lieux patrimoniaux et la randonnée pédestre et cycliste, mais aussi la baignade, sont également très prisées et regroupent respectivement 57%, 57%, 49% et 45% des camping-caristes.

Enfin, les Italiens recherchent également des offres de visites récréatives (zoo, parcs d'attraction...) avec 28% des camping-caristes concernés. 76% des camping-caristes italiens se sont rendus au moins une fois dans un Office de tourisme durant leur séjour.

Les 3 destinations françaises les plus visitées par les Italiens lors de ce séjour sont : la Bretagne, la Provence et les plages du débarquement.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles italiennes plébiscitent à 69% une aire de stationnement avec borne de services.

En matière de stationnement en journée, la clientèle italienne recherche de préférence une aire de stationnement (50%) ou un parking public (48%). Concernant le stationnement nocturne 60% des camping-caristes choisissent de préférence une aire de stationnement avec borne de services. Le camping ne représente que 26% des préférences.

Sur l'ensemble du séjour et malgré les préférences affichées, 47% des nuitées des clientèles italiennes sont réalisées dans des campings et 35% en aires de stationnement avec borne de services.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, la clientèle italienne privilégie les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (84%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (48%) et enfin les marchés (35%).

La fréquentation des restaurants est relativement faible, 44% des camping-caristes s'y rendent 1 à 3 fois par semaine et 17% n'y vont jamais.

En termes de dépenses, la dépense moyenne journalière s'élève à 48,4€/camping-car avec 75% des camping-caristes qui dépensent moins de 60€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 341 €/camping-car et par séjour.

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements

La clientèle italienne est globalement satisfaite de la destination en matière de séjour camping-car.

D'une manière générale, les clientèles italiennes sont satisfaites du stationnement en journée mais expriment quelques regrets concernant la facilité de stationnement, le lieu d'implantation et le tarif du stationnement avec respectivement 18%, 21% et 20% d'opinions défavorables.

Concernant le stationnement nocturne, les clientèles italiennes sont globalement satisfaites sur l'ensemble des critères avec 86% de satisfaction concernant la propreté de l'emplacement, 81% sur les services associés à l'emplacement, 90% sur l'ambiance et 83% d'opinions favorables concernant les tarifs. En matière de sécurité, les clientèles italiennes sont majoritairement satisfaites avec 85% d'opinions favorables concernant le stationnement en journée et 88% en nocturne.

Enfin, les Italiens apprécient à 88% le rapport qualité/prix de la destination, son intérêt à 96% et l'accueil réservé aux camping-caristes avec 87% d'opinions favorables, mais ils expriment quelques déceptions concernant l'information donnée aux camping-caristes (17% d'insatisfaits).

Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^e rang des destinations préférées des camping-caristes néerlandais ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie de l'Allemagne puis de l'Italie.

Pour la clientèle italienne, les arguments de la compétitivité française sont la facilité de stationnement, le réseau routier, le réseau des aires de stationnement et l'accueil. Les axes de progrès se situent principalement sur l'information donnée aux camping-caristes.

Les conducteurs de véhicule « profilé »¹³

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes voyageant avec un camping-car « profilé » en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont majoritairement des couples sans enfant à 79% et 16% réalisent également ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,25 personnes par camping-car.

L'âge moyen des utilisateurs de « profilé » s'établit à 59,8 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 20,2 ans. 59% des camping-caristes conduisant un camping-car « profilé » ont plus de 60 ans et seulement 10% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est mixte avec 51% d'hommes et 49% de femmes au sein des camping-cars.

Les deux principaux marchés concernés par des véhicules « profilé » sont les marchés français (71% des utilisateurs) et allemand (10% des utilisateurs).

En termes de situation professionnelle, 51% des camping-caristes à bord de « profilé » sont des retraités et 20% des ouvriers/employés. Les cadres supérieurs représentent 14% des effectifs. Parmi les retraités, 36% étaient chefs d'entreprise/cadre supérieur et 32% étaient ouvriers ou employés.

Pour les conducteurs de « profilé », la place des animaux domestiques est significative avec 27% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Propriété du camping-car

90% des camping-caristes en « profilé » sont propriétaires de leur camping-car et seulement 8% utilisent un véhicule de location lors de ce séjour en France.

Fréquence d'utilisation du camping-car

62% des camping-caristes à bord de véhicules « profilé » utilisent leur camping-car entre 15 et 50 nuits par an, toutes destinations confondues, avec une moyenne estimée à 45 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Les mois de juillet et d'août représentent respectivement 26% et 35% des nuitées de ces camping-caristes sur la période d'enquête. Malgré la forte présence de retraités, ces camping-caristes séjournent en France en très haute saison. Les ailes de saisons : juin et septembre représentent respectivement 14% et 25% des nuitées.

Habitude de séjour en camping-car en France

76% des camping-caristes étrangers voyageant à bord d'un véhicule « profilé » n'en sont pas à leur premier séjour en France avec un camping-car. 59% de ces camping-caristes ont réalisé un peu moins de 5 séjours en France depuis 5 ans.

Choix de la destination

Parmi les principales raisons qui ont poussé ces camping-caristes à venir séjourner en France en camping-car, 31% des camping-caristes évoquent la réputation des sites touristiques, 17% la facilité d'accès, 17% le retour d'expérience de leur entourage et 11% invoquent le fait que la France soit une étape parmi d'autres.

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

La durée moyenne de séjour des camping-caristes voyageant à bord d'un « profilé » sur la période d'enquête se situe à 23,5 jours, au-dessus de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 3 nuits contre 3,3 nuits en moyenne.

¹³ Echantillon : 1047 questionnaires

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

Les camping-caristes en « profilé » en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages et déguster des productions locales. Ces activités sont pratiquées par 87% et 66% des clientèles. La randonnée pédestre et les visites de lieux patrimoniaux ou le cyclotourisme sont également prisées et regroupent respectivement 69%, 59%, 53% des camping-caristes.

Enfin, 27% recherchent également le calme et le farniente durant leur séjour.

86% des camping-caristes en « profilé » se sont rendus au moins une fois dans un Office de tourisme durant leur séjour.

Les 3 destinations françaises les plus visitées par ces camping-caristes lors de ce séjour sont : la Bretagne, les plages du débarquement et ex-aequo le Mont-St-Michel et la Baie de Somme.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles plébiscitent à 77% une aire de stationnement avec borne de services.

En matière de stationnement en journée, la clientèle recherche de préférence une aire de stationnement (57%) ou une aire de stationnement avec services (52%). Concernant le stationnement nocturne, 68% des camping-caristes choisissent de préférence une aire de stationnement avec borne de services. Le camping ne représente que 20% des préférences.

Sur l'ensemble du séjour, 28% des nuitées des clientèles sont réalisées dans des campings et 56% en aires de stationnement avec borne de services.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, cette clientèle privilégie les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (83%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (72%) et enfin les marchés (69%).

La fréquentation des restaurants est relativement faible, 44% des camping-caristes s'y rendent 1 à 3 fois par semaine et 5% n'y vont jamais.

En termes de dépenses, la dépense moyenne journalière s'élève à 39€/camping-car « profilé », avec 84% de ces camping-caristes qui dépensent moins de 60€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 319 €/camping-car et par séjour.

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements

La clientèle voyageant à bord de « profilé » est proportionnellement la plus critique envers la destination en matière de séjour en camping-car.

D'une manière générale, ces clientèles sont insatisfaites du stationnement en journée concernant la facilité de stationnement, le lieu d'implantation et le tarif du stationnement, avec respectivement 49%, 46% et 42% d'opinions défavorables.

Concernant le stationnement nocturne, les clientèles sont globalement plus satisfaites, avec par contre 33% d'insatisfaction concernant le tarif du stationnement et 26% sur les services associés à l'emplacement. En matière de sécurité, ces clientèles sont majoritairement satisfaites avec 61% d'opinions favorables concernant le stationnement en journée et 72% en nocturne.

Enfin, les clientèles voyageant en « profilé » apprécient à 68% le rapport qualité/prix de la destination et son intérêt à 90%. Elles expriment de l'insatisfaction vis-à-vis de l'accueil réservé aux camping-caristes avec 37% d'opinion défavorable et de l'information donnée aux camping-caristes avec 37% d'insatisfaits également.

Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^{er} rang des destinations préférées des camping-caristes en « profilé » ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie de l'Espagne puis de l'Italie.

Pour la clientèle voyageant à bord de véhicule « profilé », les arguments de la compétitivité française sont le réseau routier, le réseau des aires de stationnement et des bornes de services et l'accueil. Les axes de progrès se situent principalement sur l'accueil, l'information donnée aux camping-caristes.

Les conducteurs de « van »¹⁴

Profil des camping-caristes

Carte d'identité

Les camping-caristes voyageant avec un van en séjour en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 sont majoritairement des couples sans enfant à 67%, mais 25% réalisent également ce séjour en famille.

La taille moyenne du groupe est corrélée avec le type de groupe avec 2,37 personnes par véhicule.

L'âge moyen des utilisateurs de van s'établit à 52,8 ans. Leurs accompagnants sont âgés en moyenne de 17 ans. 37% des camping-caristes conduisant un van ont plus de 60 ans et 27% ont moins de 45 ans.

La répartition homme/femme est mixte, avec 51% d'hommes et 49% de femmes au sein des camping-cars.

32% des conducteurs de vans sont français contre 68% d'étrangers dont une part importante de Néerlandais, de Britanniques et d'Allemands représentant chacun 12% des conducteurs, toutes nationalités confondues.

En termes de situation professionnelle, 32% des camping-caristes en van sont des retraités, contre 60% d'actifs et 9% d'inactifs (dont étudiants). Les cadres supérieurs représentent 23% des effectifs et les ouvriers/employés 21%. Parmi les retraités, 45% étaient chefs d'entreprise/cadre supérieur et 27% étaient ouvriers ou employés.

Pour les conducteurs de van, la place des animaux domestiques est peu significative avec 14% des camping-caristes accompagnés d'animaux domestiques (majoritairement des chiens).

Propriété du van

93% des utilisateurs en van sont propriétaires de leur véhicule et seulement 6% utilisent un véhicule de location lors de ce séjour en France.

Fréquence d'utilisation du camping-car

65% des camping-caristes à bord de van utilisent leur camping-car entre 15 et 50 nuits par an, toutes destinations confondues, avec une moyenne estimée à 39,6 nuits passées.

Une présence forte sur la haute-saison

Les mois de juillet et d'août représentent respectivement 37% et 29% des nuitées de ces camping-caristes sur la période d'enquête. Au regard de l'importance des familles et des actifs, ces camping-caristes séjournent en France en juillet. Les ailes de saisons : juin et septembre représentent respectivement 13% et 21% des nuitées.

Habitude de séjour en camping-car en France

76% des camping-caristes étrangers en van n'en sont pas à leur premier séjour en France avec un camping-car. 57% de ces camping-caristes ont réalisé près de 5 séjours en France depuis 5 ans.

Choix de la destination

Parmi les principales raisons qui ont poussé ces camping-caristes à venir séjourner en France en camping-car, 30% des camping-caristes évoquent la réputation des sites touristiques, 24% la facilité d'accès, 20% le retour d'expérience de leur entourage et 15% invoquent le fait que la France soit une étape parmi d'autres.

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne du séjour et des haltes

La durée moyenne de séjour des camping-caristes voyageant à bord d'un van ou fourgon aménagé sur la période d'enquête se situe à 17,5 jours, en-deçà de la moyenne générale observée à 20,9 jours. La durée des haltes s'établit à 3.1 nuits contre 3,3 nuits en moyenne.

Activités pratiquées et fréquentation des offices de tourisme

Les camping-caristes voyageant à bord d'un van ou fourgon en séjour en France à cette période aiment visiter des villes et des villages et pratiquer la randonnée pédestre. Ces activités sont pratiquées par 81% et 57% des

¹⁴ Echantillon : 322 questionnaires

clientèles. La visite de lieux patrimoniaux ou la découverte de productions locales sont également prisées et regroupent respectivement 56% et 53% des camping-caristes.

Enfin, 34% recherchent également le calme et le farniente durant leur séjour.

68% des conducteurs de van et fourgon aménagé se sont rendus au moins une fois dans un office de tourisme durant leur séjour.

Les 3 destinations françaises les plus visitées par ces camping-caristes lors de ce séjour sont : les Alpes, la Provence et les plages du débarquement.

Préférences

En termes de vidange, les clientèles plébiscitent à 57% un camping avec borne de services.

En matière de stationnement en journée, la clientèle recherche de préférence un parking public (52%) ou un camping (41%). Concernant le stationnement nocturne, 69% des utilisateurs de vans choisissent de préférence un camping. Les aires de stationnement avec borne de services ne représentent que 20% des préférences.

Sur l'ensemble du séjour, 48% des nuitées des clientèles sont réalisées dans des campings, 31% en aires de stationnement avec borne de services et 16% dans d'autres lieux (pleine nature...). Ces camping-caristes sont ceux qui passent le plus de nuitées en dehors des campings et aires de stationnement.

Habitudes de consommation et dépenses

En termes d'habitudes de consommation, cette clientèle privilégie les supermarchés et hypermarchés pour réaliser ses courses d'alimentation (80%), suivent ensuite les commerces de centre-ville (63%) et enfin les marchés (60%).

La fréquentation des restaurants est moyenne, 50% des camping-caristes s'y rendent 1 à 3 fois par semaine et 35% n'y vont jamais.

En termes de dépenses, la dépense moyenne journalière s'élève à 46.7€/camping-car avec 75% de ces camping-caristes qui dépensent moins de 60€ par jour. Les dépenses d'essence et de péage s'élèvent en moyenne à 337 €/camping-car et par séjour.

Regard sur la destination « France »

Satisfaction : principaux enseignements

La clientèle voyageant en van est globalement satisfaite de la destination en matière de séjour camping-car.

D'une manière générale, ces clientèles sont satisfaites du stationnement en journée concernant le lieu d'implantation et le tarif du stationnement avec respectivement 64% et 55% d'opinion favorable.

Concernant le stationnement nocturne, les clientèles sont globalement satisfaites avec 66% de satisfaction concernant le tarif du stationnement et 68% sur les services associés à l'emplacement. En matière de sécurité, ces clientèles sont majoritairement satisfaites avec 77% d'opinions favorables concernant le stationnement en journée et 78% en nocturne.

Enfin, les clientèles voyageant en van apprécient à 76% le rapport qualité/prix de la destination, son intérêt à 95% mais expriment de l'insatisfaction vis-à-vis de l'information donnée aux camping-caristes avec 26% d'insatisfaits.

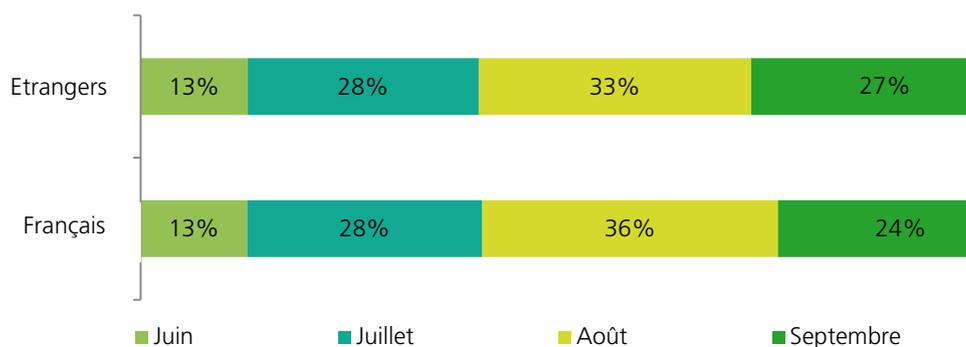
Arguments de la compétitivité française et les axes de progrès

La France arrive au 1^e rang des destinations préférées des camping-caristes en van ayant visité d'autres pays en camping-car. La destination est suivie de l'Allemagne puis de l'Italie.

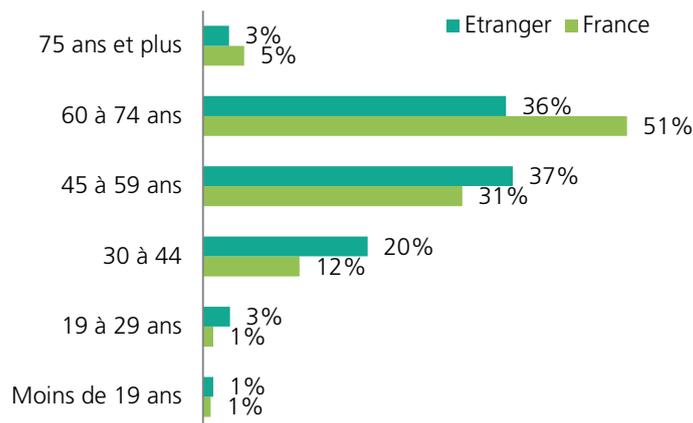
Pour la clientèle voyageant à bord d'un van, les arguments de la compétitivité française sont le réseau routier et le réseau des aires de stationnement. Les axes de progrès se situent principalement sur l'accueil et l'information donnée aux camping-caristes.

Comparaison entre les marchés

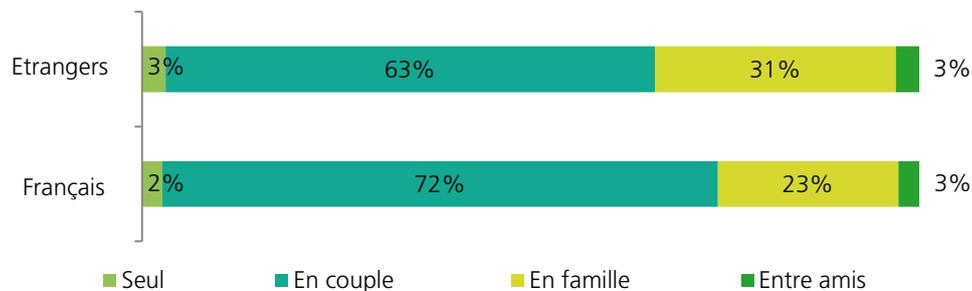
Graphique 31 – Comparaison de la saisonnalité des camping-caristes selon leur nationalité en fonction des nuitées



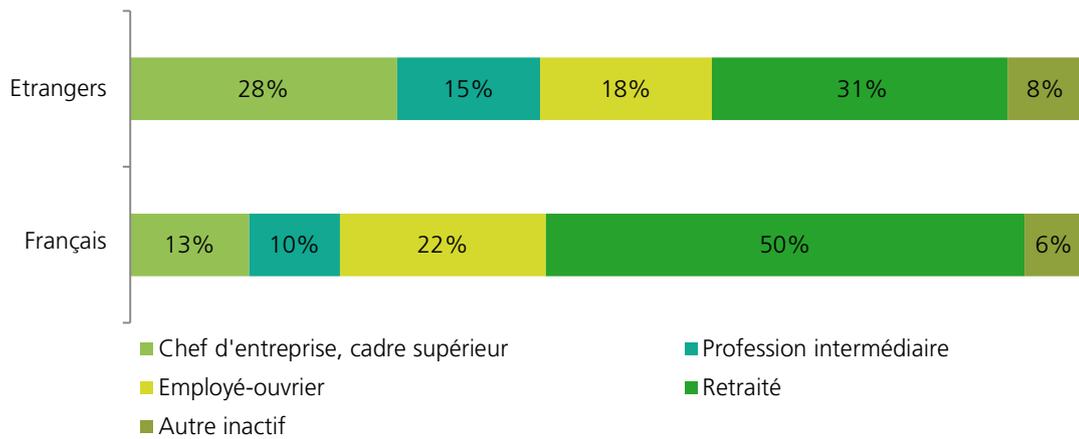
Graphique 32 – Comparaison de l'âge des camping-caristes selon leur nationalité



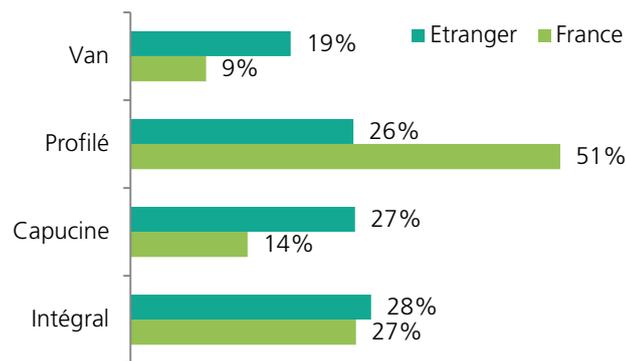
Graphique 33 – Comparaison du profil des camping-caristes selon leur nationalité



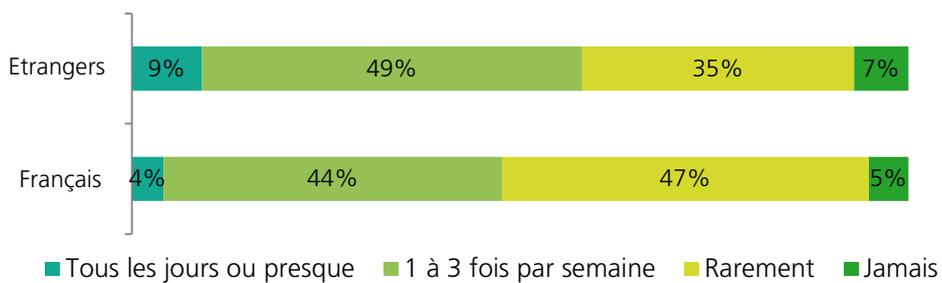
Graphique 34 – Comparaison de la CSP des camping-caristes selon leur nationalité



Graphique 35 – Comparaison du type de véhicule des camping-caristes selon leur nationalité



Graphique 36 – Comparaison de la fréquence des repas pris au restaurant des camping-caristes selon leur nationalité



Graphique 37 – Comparaison du budget dépensé par jour/camping-car selon la nationalité des camping-caristes

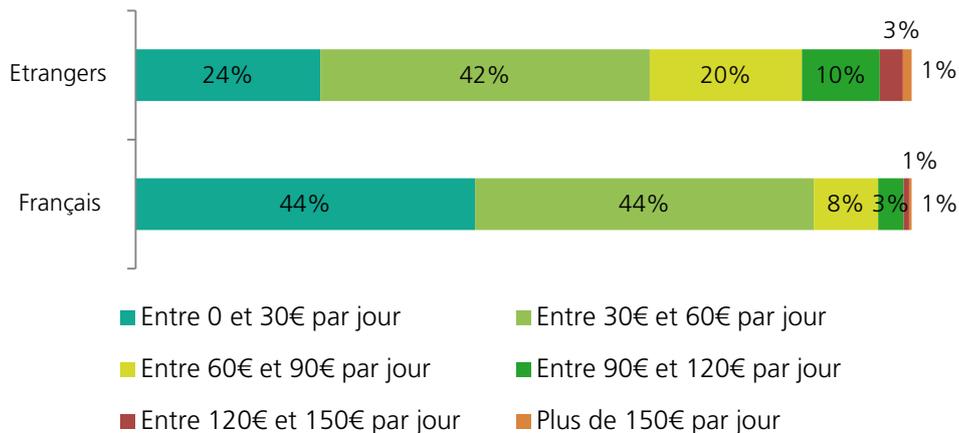
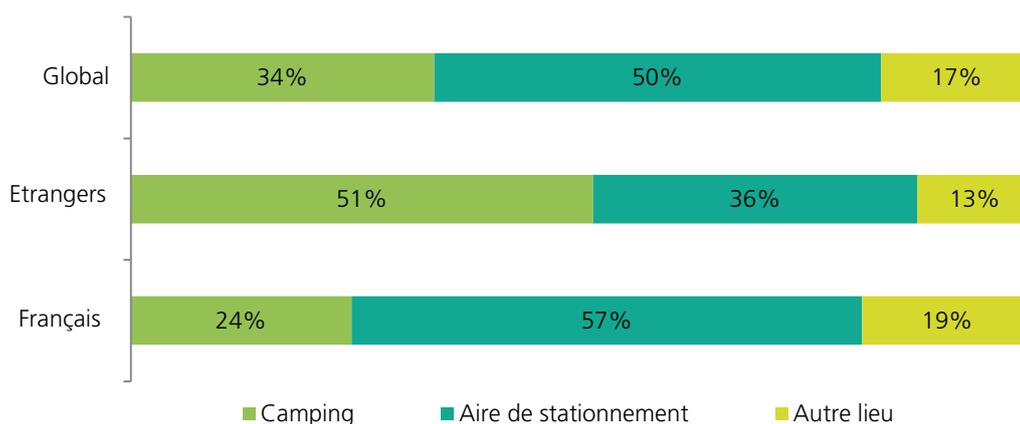


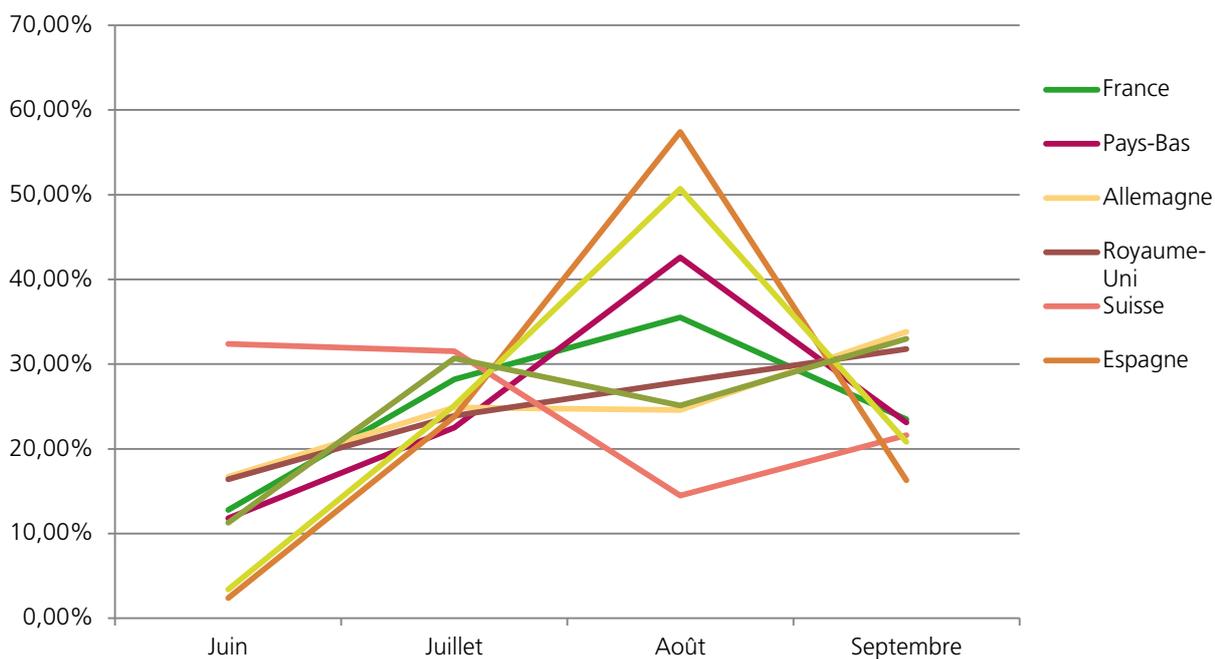
Tableau 11 – Comparaison de la durée moyenne des séjours et des haltes selon leur nationalité

	Durée moyenne de séjour	Durée moyenne des séjours - en nuit	Durée moyenne des haltes - en nuit
Français		25.6	3.5
Etrangers		15.8	3.2
Ensemble		21.1	3.3

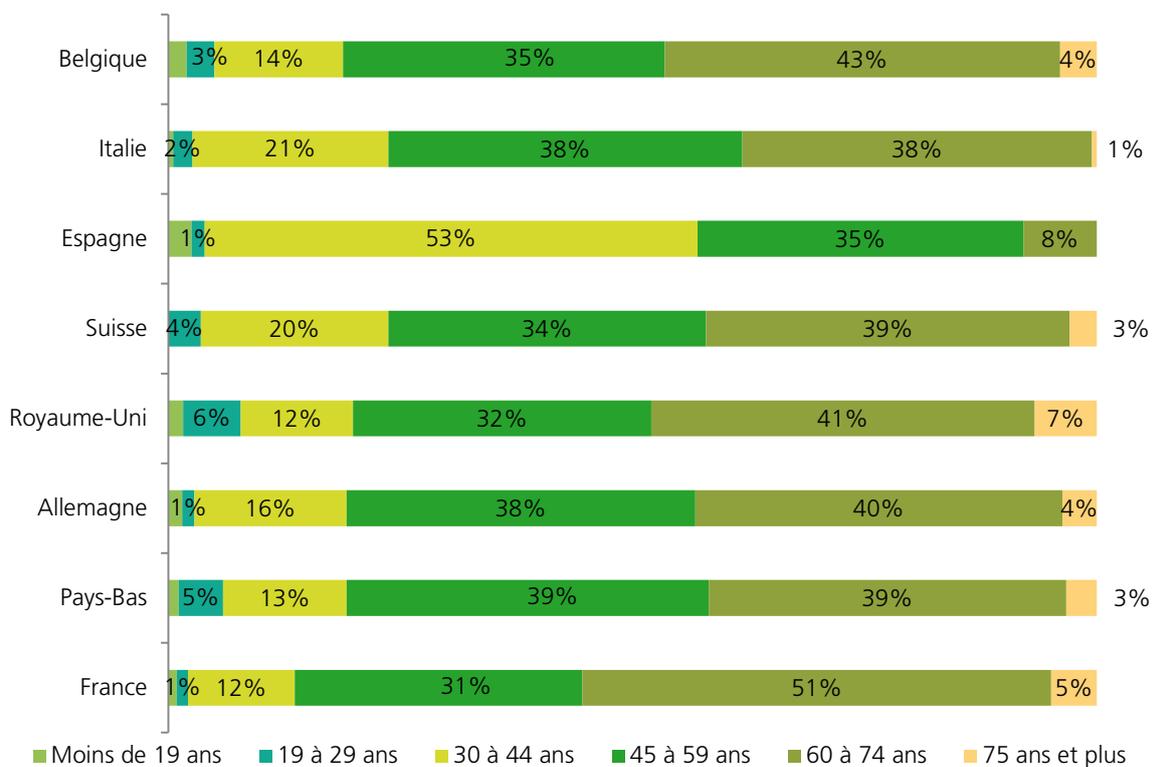
Graphique 38 – Comparaison de la répartition des nuitées selon le lieu de stationnement



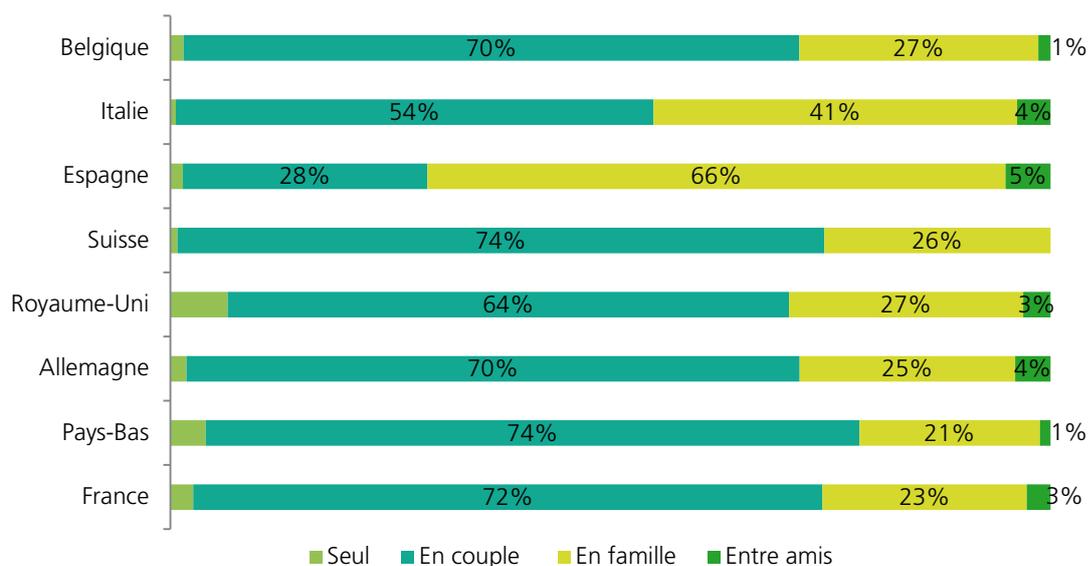
Graphique 39 – Comparaison de la saisonnalité des camping-caristes selon leur nationalité en fonction des nuitées



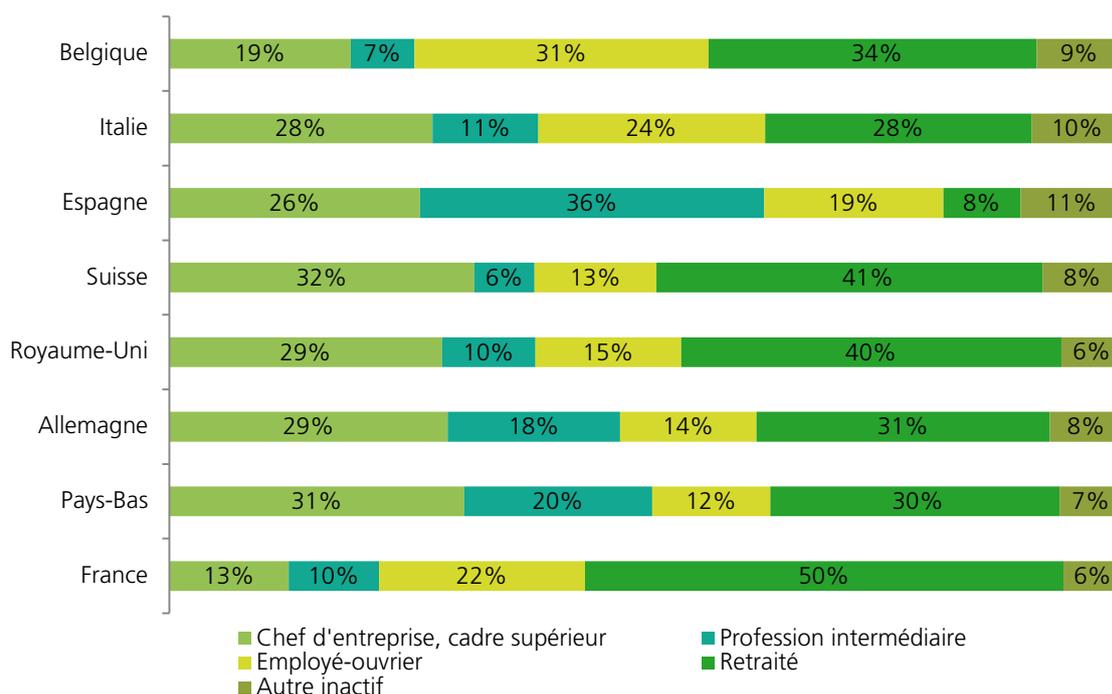
Graphique 40 – Comparaison de l'âge des camping-caristes selon leur nationalité



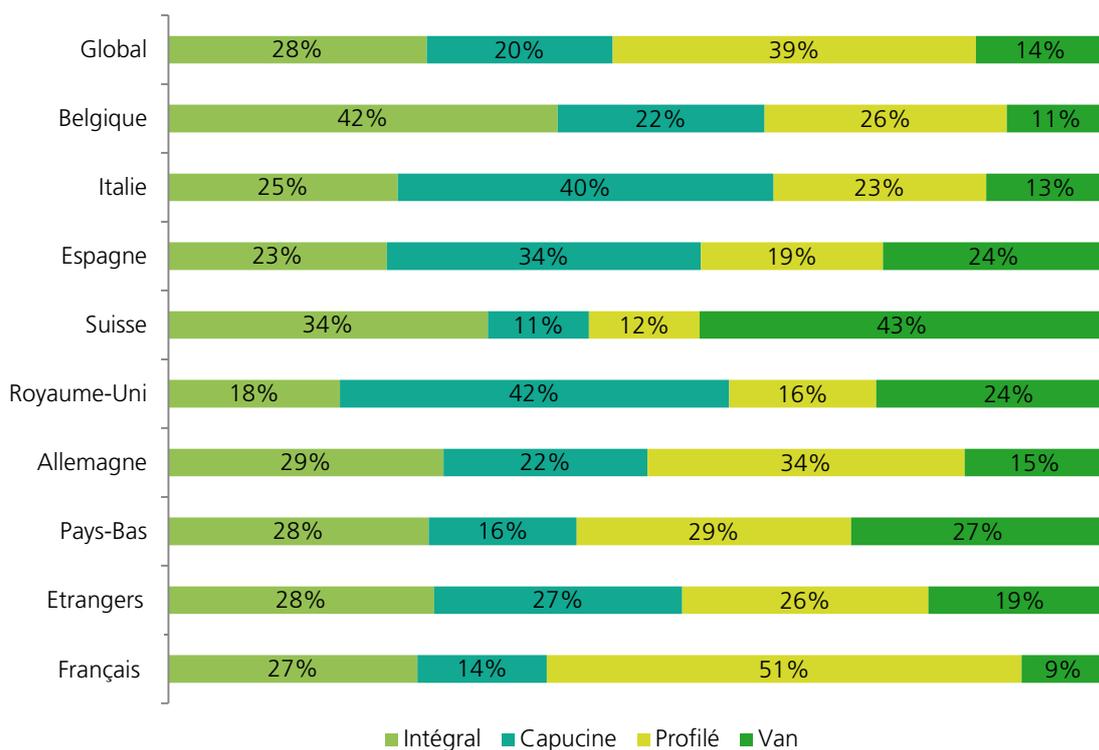
Graphique 41 – Comparaison du type de groupe des camping-caristes selon leur nationalité



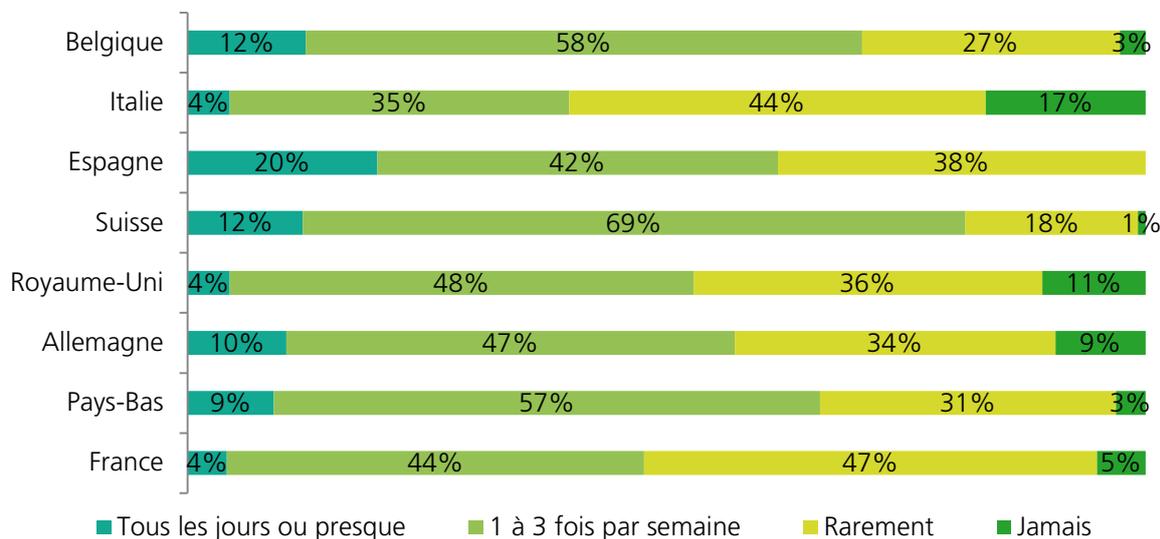
Graphique 42 – Comparaison de la CSP des camping-caristes en France selon le détail de leur nationalité



Graphique 43 – Comparaison du type de camping-car utilisé selon les nationalités



Graphique 44 – Comparaison selon la fréquentation des restaurants selon les nationalités



Graphique 45 – Comparaison du budget moyen journalier par camping-car selon les nationalités

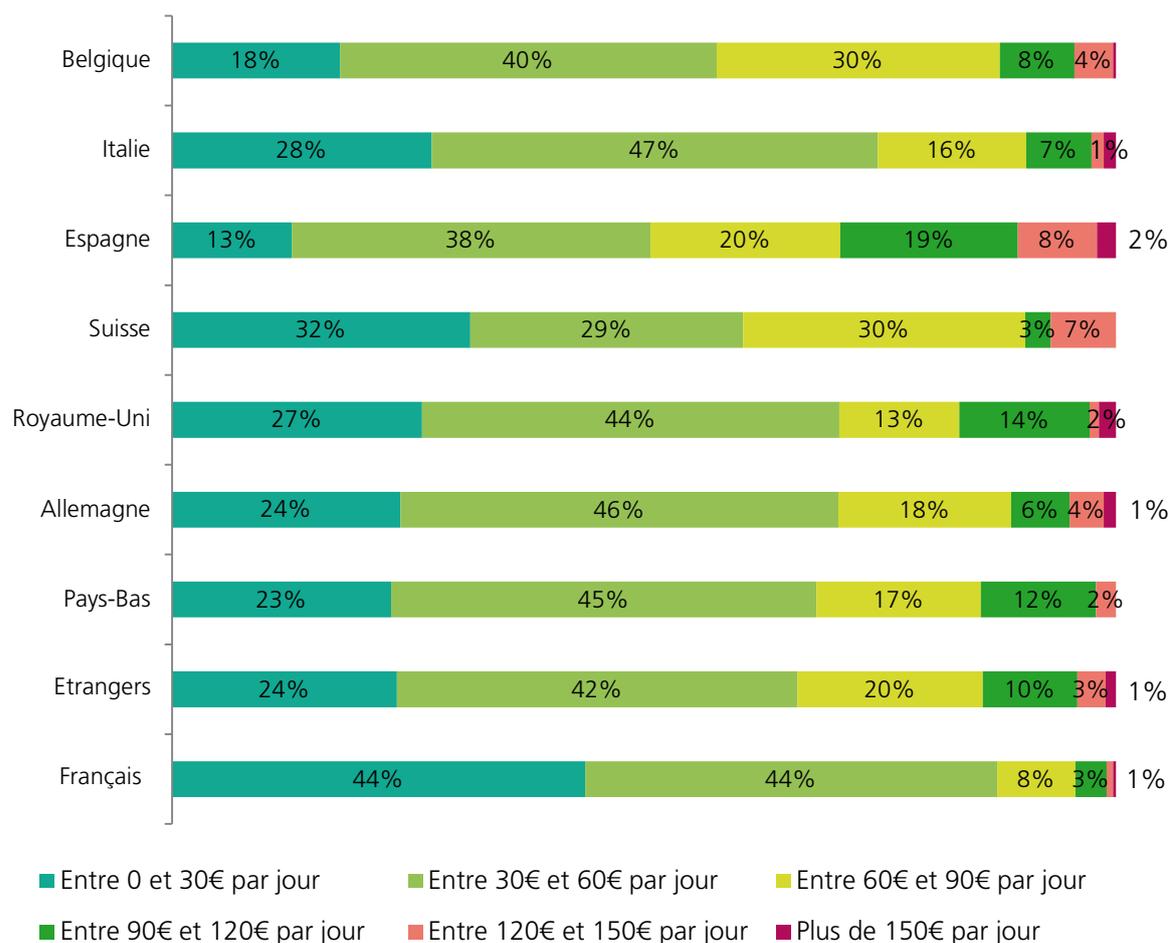


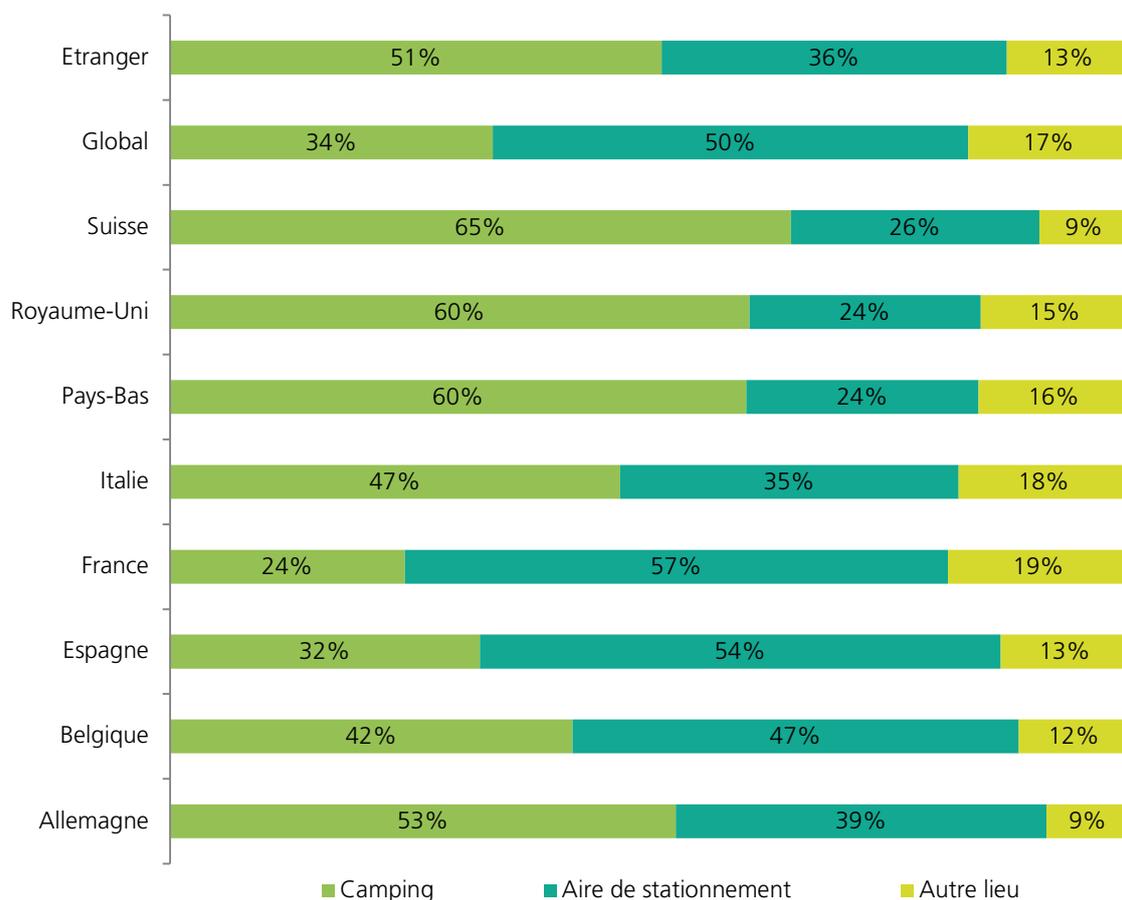
Tableau 12- Budget moyen par camping-car (rapporté à la nuitée/personne)

Durée moyenne de séjour	Budget par jour par camping-car	Budget journalier par personne
France	37.4 €	15.5 €
Allemagne	51.9 €	21.4 €
Belgique	57.5 €	22.5 €
Espagne	68,7€	19.8 €
Italie	48.2€	17.4 €
Pays-Bas	52.4 €	22.6 €
Royaume-Uni	52.4€	21.3 €
Suisse	52.3 €	21.2 €
Étranger	53.8 €	20.9 €

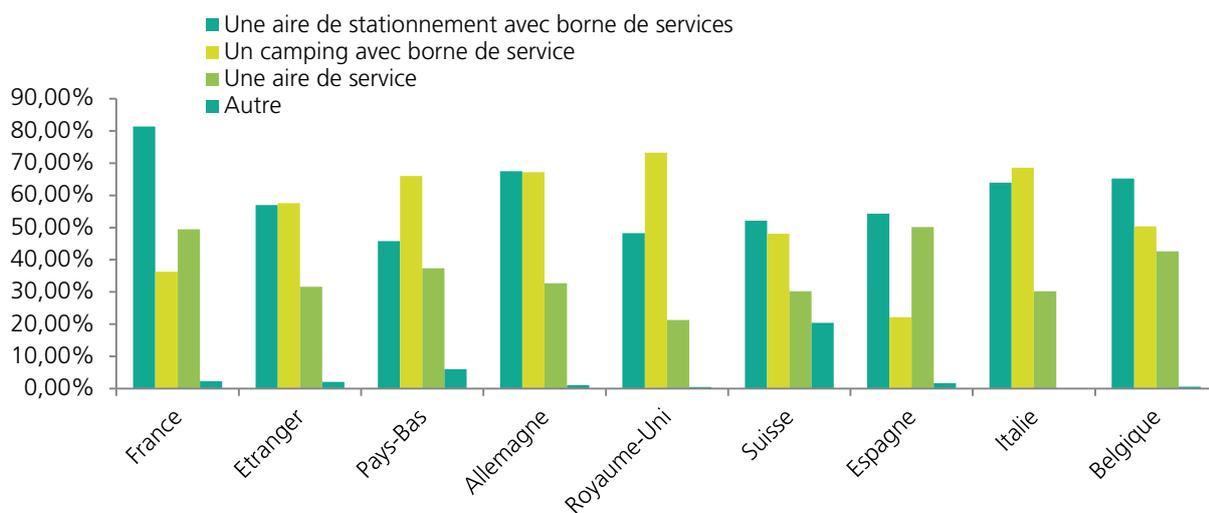
Tableau 13 – Comparaison de la durée moyenne des séjours et des haltes selon les nationalités

Durée moyenne de séjour	Durée moyenne des séjours - en nuit	Durée moyenne des haltes - en nuit
France	25.6	3.5
Allemagne	15.9	3.1
Belgique	18.0	2.7
Espagne	12.8	3.3
Italie	11.2	2.8
Pays-Bas	16.6	3.0
Royaume-Uni	17.5	4.0
Suisse	16.5	5.1
Ensemble	21.1	3.3

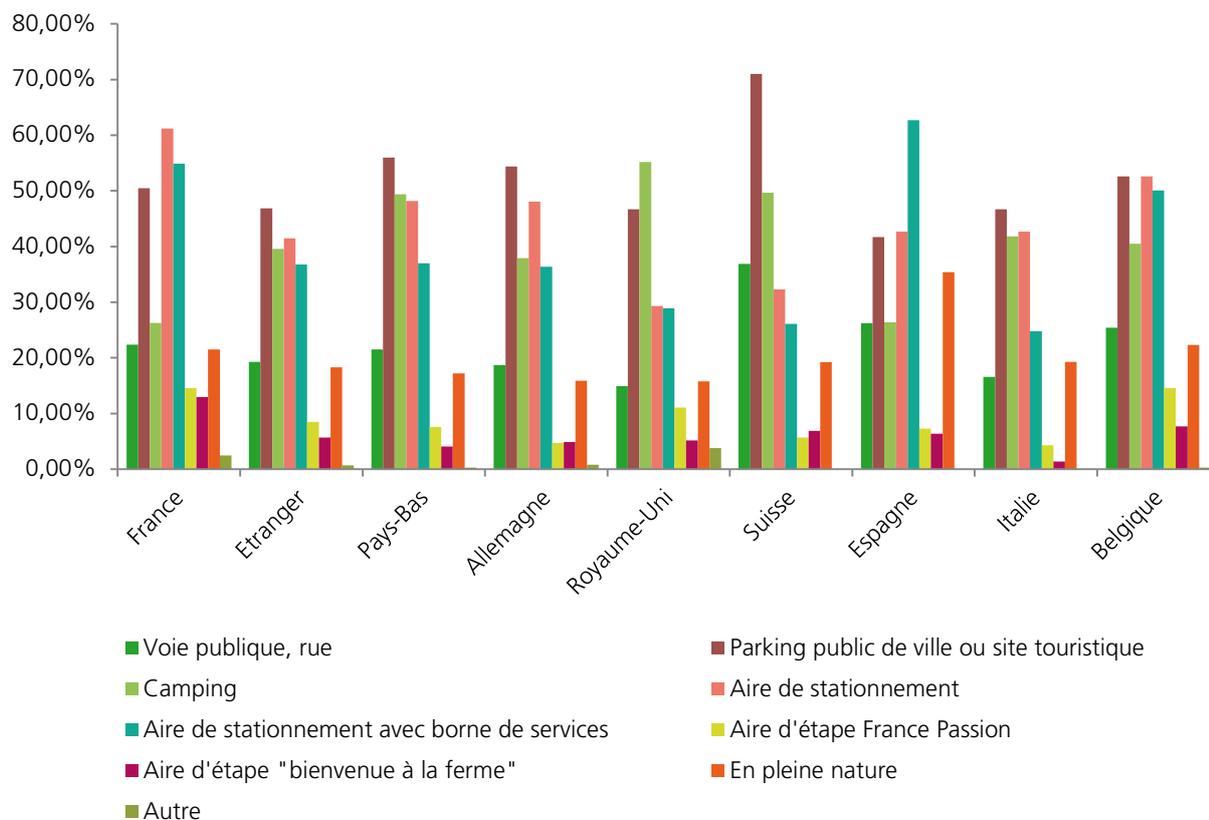
Graphique 46 – Comparaison de la répartition des nuitées par type de lieu de stationnement selon les nationalités



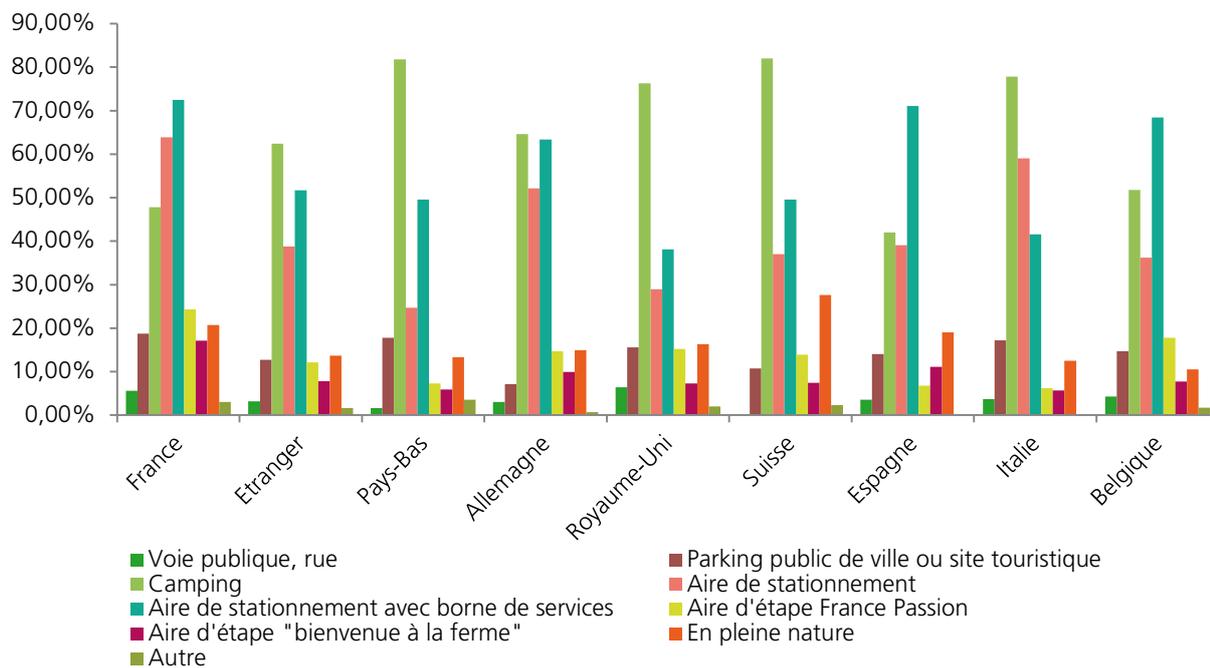
Graphique 47 – Comparaison des préférences en matière de vidange et ravitaillement selon les nationalités



Graphique 48 – Comparaison des préférences en matière de stationnement en journée selon les nationalités



Graphique 49 – Comparaison des préférences en matière de stationnement nocturne selon les nationalités



Bilan et enseignements de l'étude

L'enquête réalisée auprès des camping-caristes en séjour venus en France entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 renforce les constats déjà effectués en 2015 et met en évidence plusieurs enseignements clés pour les décideurs et acteurs touristiques français :

- Des chiffres parlants afin d'apprécier le poids de la fréquentation avec 1M de camping-cars sur la période pour 21M de nuitées touristiques dont 7,2M de nuitées étrangères et 13,8M de nuitées françaises. Une durée moyenne de séjour de 20,9 nuits passées en France.
- Une vraie différence de profil entre les camping-caristes français et étrangers en termes d'âge, de CSP, de comportement de séjour et de satisfaction. La réflexion en matière de mise en tourisme de la filière doit clairement plus se segmenter afin de répondre à des attentes et pratiques différenciées entre les français d'une part et les étrangers d'autre part.
- Une majorité de camping-caristes venus en couple, mais une clientèle familiale non négligeable.
- Une fréquentation très forte en haute saison, malgré le poids des retraités qui peut créer des situations de déficit qualitatif d'accueil et de services, au regard d'une mauvaise prise en compte du poids du marché sur la haute saison.
- Une destination France qui apparaît au premier rang des destinations préférées en camping-car avec un territoire attractif par sa situation au cœur de l'Europe, son réseau routier, la qualité et l'intérêt des sites, mais une approche d'accueil et d'infrastructures qui reste, sur certains territoires, insuffisamment poussée et adaptée. Une position forte mais fragile.
- Une satisfaction bonne mais davantage « moyenne » que très satisfaisante, avec une destination qui peine sur nombre de critères à se dégager des autres destinations.
- Une dépense moyenne autour de 45€/jour et par camping-car (nota : 2.5 personnes par camping-car en moyenne) qui bénéficie directement aux territoires traversés. Une retombée fiscale importante au niveau national avec une dépense en essence et en péage de 346 €/ camping-car.
- Des différences d'appréciation notables entre les différentes nationalités avec une politique de marché à approfondir. Un marché français très critique envers la destination qui pose la question d'une communication spécifique.
- L'arrivée progressive sur le marché de véhicules de type « van » ou fourgon aménagé qui constituent de nouveaux enjeux d'accueil et de développement pour les territoires et permet le renouvellement des clientèles dans le contexte d'une clientèle française déjà âgée.
- Un travail de structuration et de réflexion autour de l'accueil dans les sites touristiques (gestion des parkings...) qui participe à la satisfaction de la clientèle et à la fidélisation de la fréquentation qui porte ses fruits. En effet, sur un grand nombre de critères de satisfaction, la destination a progressé vis-à-vis des clientèles étrangères. Les plus fortes progressions concernent le sentiment de sécurité sur les stationnements en journée et nocturne, les tarifs et le rapport qualité-prix de la destination.

On le voit, la prise en compte de la pratique est de plus en plus forte, néanmoins, l'enquête réalisée cette année démontre que la destination doit encore faire ses preuves pour « sortir du lot », capitaliser sur ce marché mais aussi le développer au regard d'un enjeu fort à 15 ans de renouvellement des clientèles (cf. marché des vans).

ANNEXES

Questionnaire en français transmis aux camping-caristes



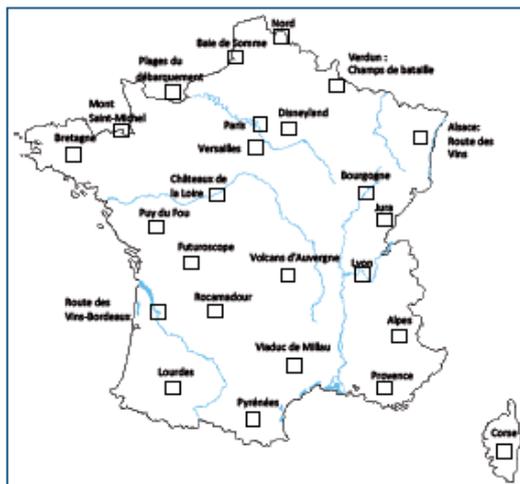
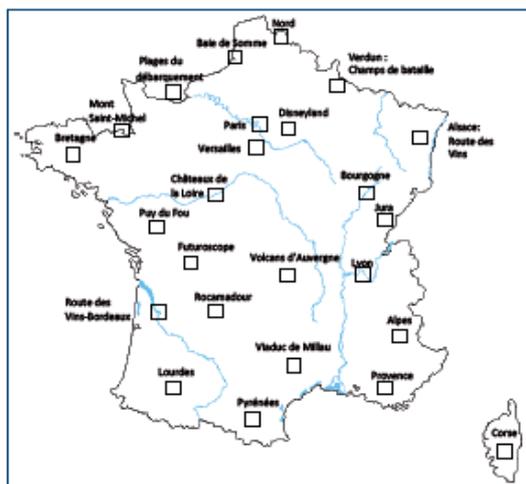
Enquête auprès des camping-caristes - 2017

Lieu d'enquête :
 Date d'enquête :
 Pays d'immatriculation :

Bonjour, afin de mieux connaître le profil et les attentes des camping-caristes en visite en France, nous vous transmettons ce questionnaire. D'avance, nous vous remercions pour votre participation. Vos réponses resteront strictement confidentielles.

Caractéristiques de votre séjour en France

- Q1** Quand êtes-vous arrivé sur cette halte ? ___/___ (jour/mois)
- Q2** Quand avez-vous prévu de quitter cette halte ? ___/___ (jour/mois)
- Q3** Combien de nuits aurez-vous approximativement passées, en France, en camping-car entre le 1^{er} juin et le 30 septembre 2017 ? nuits prévues.
 Dont - en camping : nuits - sur une aire de stationnement : nuits
 - autre lieu (voie publique, aire d'étape, nature...) : nuits
- Q4** Si vous êtes résident d'un pays étranger, (sinon merci de passer directement à la question 5)
 Est-ce votre premier séjour en camping-car en France ? Oui Non
- Combien de séjours en camping-car avez-vous déjà réalisé en France depuis 5 ans ? séjours
 Qu'est-ce qui vous a poussé à choisir la France pour ce séjour ? (plusieurs réponses possibles)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> La réputation des sites touristiques | <input type="checkbox"/> Des attaches (amis, famille) |
| <input type="checkbox"/> Le retour d'expérience et le bouche-à-oreille de personnes de votre entourage | <input type="checkbox"/> La facilité d'accès |
| <input type="checkbox"/> Un évènement culturel ou sportif | <input type="checkbox"/> La France est une étape parmi d'autres pays |
| <input type="checkbox"/> Des publicités, des reportages (TV, radio, presse...) | <input type="checkbox"/> Autre raison, merci de préciser..... |
- Q5** Quels sites français avez-vous visité à l'occasion de vos séjours en camping-car en 2017 ?
- Q6** Quels sites français avez-vous déjà visité à l'occasion de vos séjours passés en camping-car ?



- Q7** Quelles activités pratiquez-vous durant ce séjour ? *(plusieurs réponses possibles)*
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Visite de musées, de monuments et de lieux patrimoniaux | <input type="checkbox"/> Balades à vélo, cyclotourisme, VTT |
| <input type="checkbox"/> Visite d'autres sites (parcs de loisirs, zoos...) | <input type="checkbox"/> Baignade (mer, piscine) |
| <input type="checkbox"/> Visite de villes et de villages | <input type="checkbox"/> Shopping |
| <input type="checkbox"/> Participation à un évènement culturel ou sportif | <input type="checkbox"/> Aucune activité particulière : détente, repos |
| <input type="checkbox"/> Achat et dégustation de produits du terroir (vins, fromages...) | <input type="checkbox"/> Autre activité, merci de préciser..... |
| <input type="checkbox"/> Randonnées pédestres/balades à pied | |

Q8 Fréquentez-vous les Offices de tourisme pendant votre séjour en France ? Oui Non

Vos préférences en camping-car

- Q9** Pour réaliser la vidange et le ravitaillement de votre camping-car, vous préférez ?
(plusieurs réponses possibles)
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Une aire de stationnement avec borne de services | <input type="checkbox"/> Une aire de services |
| <input type="checkbox"/> Un camping avec borne de services | <input type="checkbox"/> Autre, merci de préciser |

- Q10** Pour stationner votre camping-car, vous préférez ? *(plusieurs réponses possibles)*
- | Lieu de stationnement | Stationnement en journée | Stationnement la nuit |
|--|--------------------------------|--------------------------------|
| Voie publique, rue | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Parking public de ville ou de site touristique | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Camping | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aire de stationnement | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aire de stationnement avec borne de services | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aire d'étape France Passion | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aire d'étape « Bienvenue à la ferme » | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En pleine nature | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Autre, Merci de préciser | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Votre expérience de visite en camping-car en France

Q11 Merci d'indiquer, d'une manière générale, votre niveau de satisfaction concernant les points suivants

						Ne se prononce pas
Le stationnement en journée	La facilité à trouver une place					
	Lieu d'implantation (proximité des commerces, des sites de visite...)					
	Le tarif					
	Le sentiment de sécurité					
Le stationnement pour la nuit	La propreté de l'emplacement					
	La qualité des services associés					
	L'ambiance (calme, paysage, environnement)					
	Le tarif					
	Le sentiment de sécurité (éclairage...)					
La destination	Le rapport qualité-prix de la France pour un séjour en camping-car					
	L'intérêt du pays et des sites à visiter					
	L'accueil réservé aux camping-caristes en France					
	L'information donnée aux camping-caristes en France					

La place de la France parmi les autres destinations

Q12 Au cours des 5 dernières années, combien de pays différents avez-vous visité en camping-car ?
..... pays

➔ Si vous n'avez visité aucun autre pays que la France, merci de passer directement à la question n°14

Q13 Quels sont les 3 pays que vous avez préféré visiter en camping-car depuis 5 ans ?
(1 étant votre destination préférée)

1.
2.
3.

Q14 Par rapport à votre expérience de visite en camping-car dans d'autres pays, quelle place attribueriez-vous à la France pour...

						Ne se prononce pas
	<i>La meilleure destination</i>	<i>Parmi les meilleures destinations</i>	<i>Ne se dégage pas des autres destinations</i>	<i>Parmi les pires destinations</i>	<i>La pire destination</i>	
La facilité de stationnement						
Le réseau routier						
Le réseau des aires de stationnement (nombre)						
Le réseau des bornes de services (nombre)						
L'information donnée aux campings-caristes						
L'accueil réservé aux camping-caristes						

Votre profil

Q15 Pour ce séjour, vous voyagez :

- Seul
 En famille
 En couple (sans enfants)
 Entre amis

Q16 Lors de ce séjour, à combien voyagez-vous dans votre camping-car ? personne(s)

Q17 Merci de préciser pour chaque personne les informations suivantes (Répondant = Personne n°1)

Pers	Sexe	Âge	Pays de résidence	Situation professionnelle - Code	Situation professionnelle antérieure (si retraités) - Code	Situation professionnelle : code à indiquer A = Actif A1 - Chef d'entreprise/cadre supérieur /artisan/commerçant/ profession libérale/enseignant A2 - Profession intermédiaire : contremaître, agent de maîtrise, technicien... A3 - Employé, ouvrier B = Retraité C = Autre inactif (sans activité, étudiant, scolaire...)
n°1	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M					
n°2	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M					
n°3	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M					
n°4	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M					
n°5	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M					
n°6	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M					

Q18 Êtes-vous accompagné d'un animal ?

- Oui, merci de préciser quel type d'animal
 Non

INDEX DES ILLUSTRATIONS

Index des tableaux

Tableau 1 – Liste des campings partenaires	14
Tableau 2 – Liste des offices de tourisme partenaires	15
Tableau 3 – Répartition des CSP des camping-caristes + accompagnant selon le groupe de venue	19
Tableau 4 – Répartition des camping-caristes et des nuitées réalisées selon la nationalité	20
Tableau 5 – Origine détaillée des camping-caristes en séjour en France entre le 1 ^{er} juin et le 30 septembre 2017 en part des camping-cars et en nuitées passées	21
Tableau 6 – Comparatif des durées moyennes de séjour selon le lieu d'hébergement	25
Tableau 7 – Détail comparatif de la satisfaction vis-à-vis du stationnement journée	43
Tableau 8 – Détail comparatif de la satisfaction vis-à-vis du stationnement nocturne	43
Tableau 9 – Détail comparatif de la satisfaction vis-à-vis de la destination	44
Tableau 10 – Détail comparatif des arguments de compétitivité de la France	44
Tableau 11 – Comparaison de la durée moyenne des séjours et des haltes selon leur nationalité	61
Tableau 12 – Budget moyen par camping-car (rapporté à la nuitée/personne)	65
Tableau 13 – Comparaison de la durée moyenne des séjours et des haltes selon les nationalités	66

Index des graphiques

Graphique 1 : Répartition des camping-caristes (hors accompagnants) par classe d'âge	17
Graphique 2 : Répartition des camping-caristes et accompagnants par classe d'âge	17
Graphique 3 : Situation professionnelle des camping-caristes	18
Graphique 4 : « Si vous êtes retraité, quelle est votre situation professionnelle antérieure ? »	18
Graphique 5 : Situation professionnelle des membres du groupe (camping-caristes + accompagnants)	19
Graphique 6 - Répartition des camping-cars selon le type de groupe	19
Graphique 7 - Répartition des nuitées en camping-cars selon le type de groupe	20
Graphique 8 - Répartition du nombre de séjours réalisés en France depuis 5 ans	22
Graphique 9 - Motivation de venue en France pour le séjour en camping-car	22
Graphique 10 - Propriété du camping-car selon la part des camping-cars ou celle des nuitées passées	23
Graphique 11 - Type de camping-car selon l'origine du camping-cariste	24
Graphique 12 - Répartition des camping-caristes selon la fréquentation d'utilisation du camping-car, toutes destinations confondues	24
Graphique 13 - Comparatif de la répartition des nuitées selon le lieu et l'origine du camping-cariste	26
Graphique 14 - Les sites visités durant le séjour	26
Graphique 15 - Les sites visités lors de séjours passés	27
Graphique 16 - "Quelles activités pratiquez-vous durant ce séjour?"	28
Graphique 17 – « Pendant votre séjour en France, en camping-car, où effectuez-vous vos courses d'alimentation? »	29
Graphique 18 – « Pendant votre séjour en France, à quelle fréquence allez-vous au restaurant ? »	29
Graphique 19 – « En moyenne par jour, quel est le budget moyen dépensé pour l'ensemble des membres du camping-car (hors carburant et péage) ? »	30
Graphique 20 – Classement des préférences en matière de vidange et de ravitaillement	30

Graphique 21 – Classement des préférences en matière de stationnement du camping-car en journée.	31
Graphique 22 – Classement des préférences en matière de stationnement du camping-car la nuit.	32
Graphique 23 – Détail de la satisfaction vis à vis du stationnement en journée	33
Graphique 24 – Détail de la satisfaction vis à vis du stationnement nocturne	33
Graphique 25 – Détail de la satisfaction vis à vis de la destination	34
Graphique 26 – Nombre de nuits passées en camping-car par an – toutes destinations confondues	35
Graphique 27 – Nombre de nuits passées en France en camping-car par an	35
Graphique 28 – Classement des pays préférés (pays 1 = 3 pts, pays 2 = 2 pts et pays 3 = 1 pt)	36
Graphique 29 – Détail des différentes places du podium	36
Graphique 30 – « Par rapport à votre expérience de visite en camping-car dans d'autres pays, quelle place attribuez-vous à la France pour ... »	37
Graphique 31 – Comparaison de la saisonnalité des camping-caristes selon leur nationalité en fonction des nuitées	59
Graphique 32 – Comparaison de l'âge des camping-caristes selon leur nationalité	59
Graphique 33 – Comparaison du profil des camping-caristes selon leur nationalité	59
Graphique 34 – Comparaison de la CSP des camping-caristes selon leur nationalité	60
Graphique 35 – Comparaison du type de véhicule des camping-caristes selon leur nationalité	60
Graphique 36 – Comparaison de la fréquence des repas pris au restaurant des camping-caristes selon leur nationalité	60
Graphique 37 – Comparaison du budget dépensé par jour/camping-car selon la nationalité des camping-caristes	61
Graphique 38 – Comparaison de la répartition des nuitées selon le lieu de stationnement	61
Graphique 39 – Comparaison de la saisonnalité des camping-caristes selon leur nationalité en fonction des nuitées	62
Graphique 40 – Comparaison de l'âge des camping-caristes selon leur nationalité	62
Graphique 41 – Comparaison du type de groupe des camping-caristes selon leur nationalité	63
Graphique 42 – Comparaison de la CSP des camping-caristes en France selon le détail de leur nationalité	63
Graphique 43 – Comparaison du type de camping-car utilisé selon les nationalités	64
Graphique 44 – Comparaison selon la fréquentation des restaurants selon les nationalités	64
Graphique 45 – Comparaison du budget moyen journalier par camping-car selon les nationalités	65
Graphique 46 – Comparaison de la répartition des nuitées par type de lieu de stationnement selon les nationalités	66
Graphique 47 – Comparaison des préférences en matière de vidange et ravitaillement selon les nationalités	67
Graphique 48 – Comparaison des préférences en matière de stationnement en journée selon les nationalités	67
Graphique 49 – Comparaison des préférences en matière de stationnement nocturne selon les nationalités	68

Crédits photographiques (de gauche à droite) : © GettyImages/HDKam ; © GettyImages/Multiart ;
© GettyImages/Yin Yang ; © GettyImages/JaySi.

Près de deux millions de camping-cars circulent en Europe avec des adeptes aux profils et aux pratiques de plus en plus variés. La France, au regard de sa position géographique, de son réseau d'accueil et de la richesse de son patrimoine, est l'une des destinations phares de ces touristes. Cette étude, réalisée par l'UNI VDL et la DGE, grâce à une enquête menée sur l'ensemble du territoire français, permet de détailler le profil et les comportements de séjour de huit clientèles en fort développement en France : résidente bien sûr, mais également allemande, belge, britannique, italienne et néerlandaise, ainsi que les conducteurs de véhicules « profilés » et conducteurs de véhicules de type « van » ou « fourgon aménagé ». L'étude dresse, en outre, un panorama statistique du phénomène « camping-car » sur l'activité touristique française durant l'été 2017.

