



Les campings : un confort accru, une fréquentation en hausse

En 2016, les 7 800 campings de France métropolitaine disposent de 710 000 emplacements, en repli de 2,1 % depuis 2010. En effet, ils ont transformé de nombreux emplacements nus en emplacements équipés.

Néanmoins, la fréquentation a progressé de 7,5 %, en raison de périodes d'ouverture plus importantes, notamment en mai et septembre, et d'une plus forte occupation des campings ouverts. Le littoral engrange toujours plus de la moitié de la fréquentation, même si la croissance y est moindre que dans les zones urbaines et rurales. Les touristes non résidents préfèrent les emplacements nus et les établissements haut de gamme. Ils sont moins présents sur le littoral que la clientèle résidente.

Florent Favre, division Services, Insee

En 2016, la France métropolitaine compte 7 800 campings touristiques (*encadré*) et 710 000 emplacements, soit une taille moyenne de 90 emplacements par établissement. Elle possède le deuxième parc mondial de campings, derrière les États-Unis, et le premier parc européen. Elle concentre notamment un tiers des capacités européennes, contre seulement un dixième du parc européen de chambres d'hôtels.

De 2010 à 2016, emplacements équipés et services collectifs se développent

Entre 2010 et 2016, le nombre de campings est globalement stable, mais le nombre d'emplacements diminue de 2,1 %. Cette baisse résulte surtout de la transformation d'emplacements nus (accueillant des tentes ou caravanes) en emplacements équipés de structures fixes (bungalows ou autres). Ces derniers mobilisent une surface plus importante et accueillent en moyenne davantage de touristes. Ainsi, sur la période, le nombre d'emplacements nus décroît de 10 %, tandis que celui des emplacements équipés

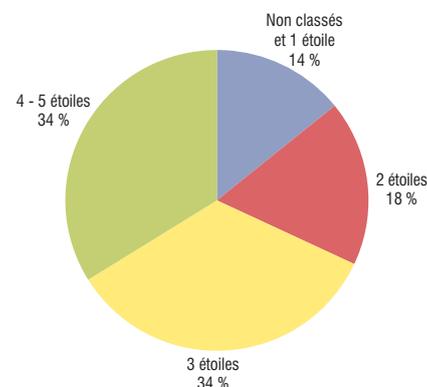
progressive de 20 %, pour atteindre 30 % des capacités.

Le confort des campings s'est amélioré entre 2010 et 2016, notamment au travers du développement des emplacements équipés. De plus, davantage de services collectifs sont proposés aux touristes : des activités sportives ou de loisir (plan d'eau, piscine, centre aquatique, golf, accrobranche, etc.), mais aussi des services de proximité (restauration, supérette, accueil d'enfants, etc.). Les services des campings se rapprochent ainsi de ceux des villages de vacances.

L'opérateur Atout France prend en compte la présence de ces services dans le classement officiel des hébergements. Or, plus les campings sont grands, plus ils disposent d'un espace nécessaire à ces activités et d'une fréquentation minimale pour assurer leur rentabilité. Aussi, la taille et le classement des campings vont de pair : 50 emplacements en moyenne dans l'entrée de gamme jusqu'à 200 emplacements pour le haut de gamme (4 ou 5 étoiles). Les établissements de haut de gamme possèdent un tiers des capacités, soit autant que les 3 étoiles (*figure 1*).

Enfin, la proportion d'emplacements équipés s'accroît avec le classement, de 11 % pour l'entrée de gamme à 50 % pour le haut de gamme.

1 Répartition des emplacements de campings en 2016 selon le classement



Note : les nombres d'emplacements de campings sont ceux du mois d'août, mois où tous les hébergements sont ouverts.

Lecture : en 2016, les campings de 4 ou 5 étoiles disposent de 34 % des emplacements.

Source : Insee, enquête EFHPA, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la Direction générale des entreprises (DGE).

L'allongement des périodes d'ouverture stabilise l'offre annuelle

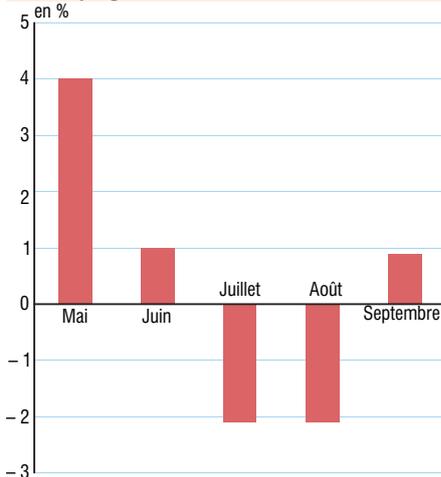
De 2010 à 2016, l'offre d'hébergements (*définitions*) est stable (+0,1 %) sur la période de mai à septembre : le nombre d'emplacements recule, mais la durée moyenne d'ouverture s'accroît, de 133 à 137 jours. En mai, juin et septembre, l'offre augmente : l'extension de la période d'ouverture pallie largement la baisse du nombre d'emplacements (*figure 2*). En revanche, en juillet et août, mois où les campings étaient déjà tous ouverts, l'offre pâtit directement de ce repli. Le développement des emplacements équipés favorise l'élargissement de la période d'ouverture : les campings qui en possèdent ouvrent en moyenne 18 jours de plus que les autres.

Sur la même période, les locations d'emplacements (emplacement x jour, *définitions*) progressent de 5,5 %. Comme l'offre annuelle est stable, le taux moyen d'occupation des emplacements offerts augmente de deux points (36 % en 2016). Cette amélioration résulte quasi exclusivement du remplacement d'emplacements nus par des emplacements équipés. En effet, les taux d'occupation par type d'emplacement sont quasiment stables depuis 2010. Ils sont de 52 % pour les emplacements équipés et de 30 % pour les emplacements nus.

En six ans, le nombre de nuitées augmente de 7,5 %

En 2016, les campings comptabilisent 112 millions de nuitées (*définitions*) et constituent le deuxième hébergement professionnel (*sources*) derrière les hôtels (200 millions).

2 Évolution de l'offre d'emplacements-jours de campings entre 2010 et 2016 selon les mois



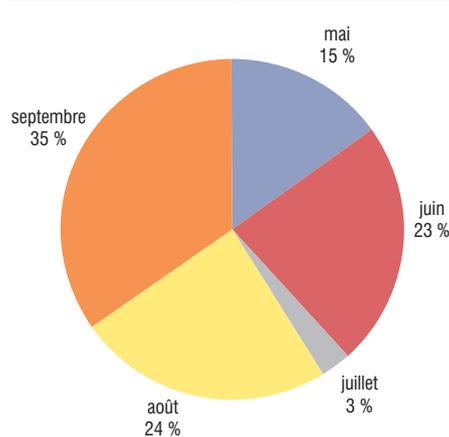
Lecture : en mai, l'offre des campings a augmenté de 4 % entre 2010 et 2016.

Source : Insee, enquête EFHPA, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la Direction générale des entreprises (DGE).

Depuis 2010, les nuitées sont en hausse dans les campings (+7,5 %), alors qu'elles stagnent dans les hôtels et reculent dans les autres hébergements collectifs touristiques. Les nuitées des campings s'accroissent le plus nettement dans l'avant-saison et l'après-saison (*figure 3*). Malgré tout, elles sont les plus importantes en août avec un taux d'occupation de 61 %, et même de 90 % sur certains littoraux.

En 2016, les nuitées sur les emplacements équipés représentent 49 % de la fréquentation des campings (41 % en 2010). Elles augmentent fortement (+31 % entre 2010 et 2016), portées principalement par la croissance de l'offre (+28 %).

3 Répartition du surcroît de nuitées entre 2010 et 2016, par mois



Lecture : en septembre 2016, les nuitées ont augmenté de 2,7 millions par rapport à septembre 2010. Ainsi, septembre concentre 35 % du surcroît de nuitées.

Source : Insee, enquête EFHPA, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la Direction générale des entreprises (DGE).

Campagne et zones urbaines plus dynamiques que littorales et massifs

En 2016, les campings situés sur le littoral (*définitions*) réalisent la majorité des nuitées (55 % ; *figure 4*). En effet, ils sont nettement plus grands et ont une proportion plus importante d'emplacements équipés. Cependant, les écarts avec les autres espaces se réduisent légèrement sur la période. L'offre progresse dans les espaces ruraux (+3 %) et urbains (surtout dans les périphéries des villes ; +1 %), mais se tasse sur le littoral et dans les massifs (-1 %). Les emplacements nus sont plus souvent transformés en emplacements équipés dans les zones rurales et urbaines que

Le parc de campings en 2016

La plus grande offre, devant les hôtels et les résidences

Parmi les hébergements collectifs touristiques, les campings disposent de l'offre de logements (emplacements, chambres ou appartements) la plus importante : 46 % des hébergements offerts en août, devant les hôtels (41 %) et les autres hébergements collectifs touristiques (13 % ; *sources*). Ils représentent plus de 50 % de l'offre dans les espaces ruraux, sur le littoral et dans les massifs ne disposant pas de stations de ski. À l'opposé, leur part est faible en zone urbaine (4 % des capacités en Île-de-France et 16 % dans les territoires urbains de province). Sur le littoral, l'offre des campings est plus élevée sur la façade atlantique que sur les côtes méditerranéennes. Elle représente plus de 75 % de l'offre de logements sur les littoraux charentais, vendéens, landais et girondins. Sur le littoral méditerranéen, l'offre des campings représente 33 % en Provence-Alpes-Côte d'Azur, 50 % en Corse et 80 % en Occitanie.

L'activité des campings est pérenne puisqu'environ 90 % des campings sont présents sur la période 2010-2016. Les campings créés ou cessés (*définitions*) ont des tailles moyennes plus petites (environ une cinquantaine d'emplacements).

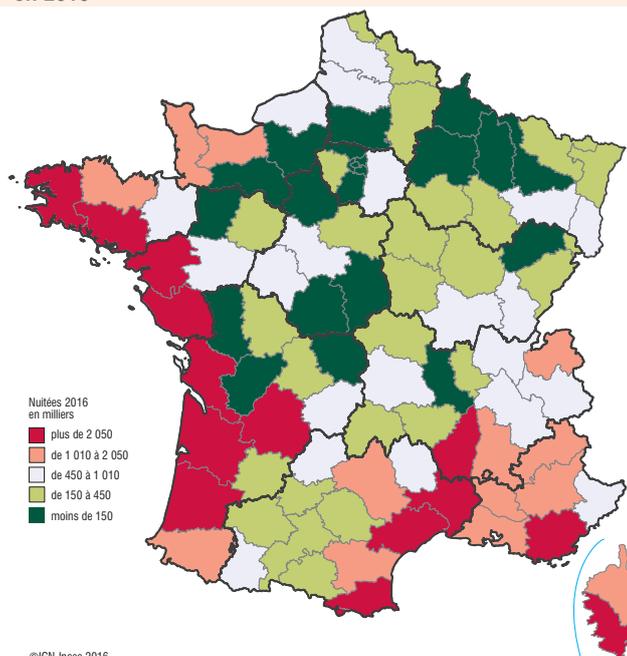
Un cinquième de l'offre dans le secteur public ou associatif

Les campings privés gagnent des parts de marché, face aux campings gérés par des associations ou des collectivités locales. Ces derniers ne représentent aujourd'hui qu'un quart des établissements. Ils sont plus petits que les campings privés (70 emplacements contre 98 en moyenne). Ils ne constituent qu'un cinquième de l'offre et un vingtième des emplacements équipés. La moitié de ces campings associatifs se positionne sur l'entrée de gamme (contre 20 % pour les campings privés) ; inversement, seuls 3 % d'entre eux sont dans le haut de gamme (respectivement 21 %). Les taux d'occupation sont inférieurs à ceux des campings privés, en raison notamment d'une localisation plus rurale que littorale, de leur moindre classement et du poids important des emplacements nus.

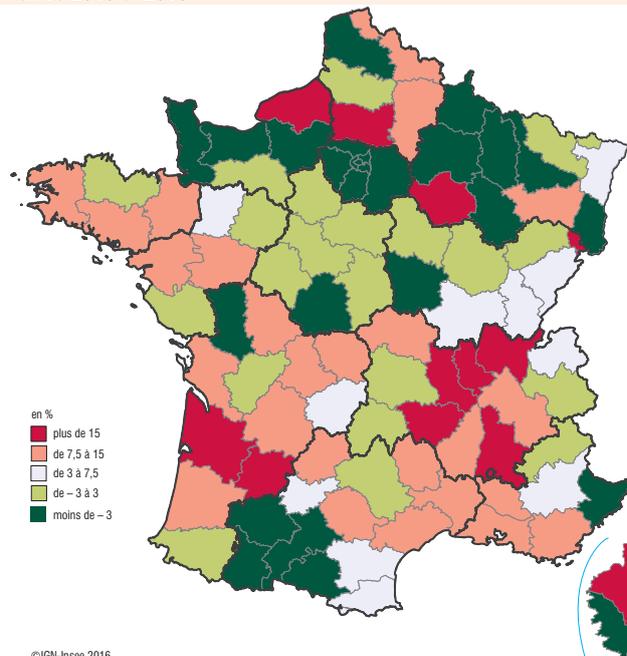
Les campings offrent également plus de 200 000 emplacements résidentiels loués à l'année

Les campings peuvent proposer leurs emplacements à des personnes de passage (touristes) ou préférer les louer à l'année (emplacements résidentiels constituant une résidence secondaire pour le locataire). Les 500 campings purement résidentiels (en plus des 7 800 campings touristiques, dont certains sont « mixtes ») disposent de 14 % des 205 000 emplacements résidentiels (en plus des 710 000 emplacements touristiques). Ce sont principalement des campings d'entrée de gamme (69 % des emplacements) qui sont surtout présents dans les Hauts-de-France où 70 % des emplacements sont résidentiels (22 % en France métropolitaine). Ils sont exclus de l'enquête mensuelle sur les campings, puisqu'ils n'offrent pas d'hébergement touristique

4 Nombre de nuitées dans les campings par département en 2016



5 Évolution du nombre de nuitées dans les campings par département entre 2010 et 2016



Lecture : en 2016, plus de 2 050 milliers de nuitées ont été réalisées dans les campings du Finistère.
 Source : Insee, enquête EFHPA, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la Direction générale des entreprises (DGE).

Note : les évolutions des départements d'Île-de-France ont été remplacées par celles de la région Île-de-France.
 Lecture : en 2016, les nuitées ont augmenté de plus de 15% dans les campings de Haute-Corse.
 Source : Insee, enquête EFHPA, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la Direction générale des entreprises (DGE).

sur le littoral, qui disposait déjà en 2010 d'une proportion importante de ces derniers. Comme l'offre, les nuitées sont plus dynamiques dans les villes et les campagnes.

À la campagne, l'offre augmente dans les campings tandis qu'elle baisse dans l'hôtellerie, pouvant traduire une certaine forme de substitution. Les nuitées des campings ruraux s'accroissent surtout en Auvergne-Rhône-Alpes (+ 26 %), Pays de la Loire, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Bretagne et Nouvelle-Aquitaine. Inversement, elles diminuent dans les régions Centre-Val de Loire, Normandie et Grand Est (figure 5).

Dans les zones urbaines, les nuitées progressent fortement dans les campings de province (+ 14 %), notamment dans leurs emplacements équipés (+ 66 %). Elles augmentent de manière particulièrement soutenue en Occitanie, Bretagne, Hauts-de-France (plus de 18 %) et dans une moindre mesure en Provence-Alpes-Côte d'Azur et Nouvelle-Aquitaine. En revanche, la fréquentation recule en Île-de-France et en Bourgogne-Franche-Comté.

Sur le littoral, les campings haut de gamme gagnent des emplacements, alors que toutes les autres catégories en perdent. La fréquentation est dynamique sur les littoraux basques-aquitains et ceux du Languedoc- Roussillon et de Bretagne, tandis qu'elle baisse sur les côtes de Nord-Normandie et des Pays de la Loire.

Dans les massifs montagneux, les nuitées progressent davantage en Nouvelle-Aquitaine et Auvergne-Rhône-Alpes et sont moins dynamiques dans le Grand Est et en Occitanie.

La clientèle non résidente privilégiée les emplacements nus, mais aussi le haut de gamme

Les touristes étrangers (*définitions*) réalisent 32 % des nuitées, à peine moins que dans les hôtels (35 %). Ils se tournent moins que les Français vers les emplacements équipés : 36 % d'entre eux y séjournent, contre 56 % des Français. Les nuitées étrangères augmentent moins (+ 2 % entre 2010 et 2016) que celles des résidents (+ 10 %), en lien, sans doute, avec le recul de l'offre en emplacements nus, davantage prisés par cette clientèle.

Toutefois, la clientèle étrangère choisit plus souvent les campings haut de gamme que la clientèle française. Même dans cette catégorie haut de gamme, elle est moins présente sur les emplacements équipés (49 % de leurs nuitées) que la clientèle résidente (72 %). Ainsi, l'intérêt pour les emplacements nus reflète vraisemblablement davantage la volonté de venir avec sa propre caravane (voire sa tente), qu'une préférence pour les prix. En effet, le tarif des campings haut de gamme tient compte de l'accès au bouquet de services collectifs, en plus de l'hébergement.

Côté destinations, les touristes en provenance d'autres pays, notamment des Pays-Bas et du Royaume-Uni, se dirigent davantage vers les campings ruraux (24 %) que les résidents (16 %). De même, les non-résidents, surtout ceux en provenance des Pays-Bas et de Belgique, sont proportionnellement plus

nombreux à privilégier les massifs montagneux que les Français. Enfin, ils optent également plus souvent pour les campings urbains, qui attirent 11 % d'entre eux (7 % pour les Français).

À l'inverse, les touristes étrangers séjournent moins souvent sur le littoral (45 % contre 59 % pour les résidents). En particulier, ils sont moins attirés que les Français par les littoraux de Bretagne, de Charente-Maritime et des Pays de la Loire. En revanche, ils sont aussi présents qu'eux sur les littoraux méditerranéen et nord-normand.

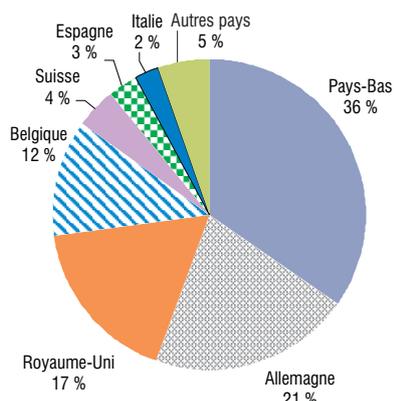
Ce moindre attrait pour le littoral s'estompe au fil du temps. En effet, entre 2010 et 2016, les nuitées des non-résidents évoluent globalement comme celles des Français sur le littoral, tandis qu'elles sont beaucoup moins dynamiques dans les autres espaces.

Les touristes en provenance de sept pays réalisent 95 % des nuitées étrangères

Dans les campings français, sept pays sont à l'origine de 95 % des nuitées des touristes non résidents : Pays-Bas, Allemagne, Royaume-Uni, Belgique, Suisse, Espagne et Italie (figure 6). À l'inverse, les campings n'attirent pratiquement pas la clientèle extra-européenne (1 %), contrairement aux hôtels (un tiers des nuitées étrangères).

Globalement, les touristes non résidents vont d'abord dans les régions les plus proches de leur pays. Le littoral des Hauts-de-France

6 Répartition en 2016 des nuitées des non-résidents selon leur pays d'origine



Lecture : en 2016, les ressortissants des Pays-Bas représentent 36 % de la fréquentation des non-résidents dans les campings.

Source : Insee, enquête EFHPA, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la Direction générale des entreprises (DGE).

attire ceux en provenance de Belgique, et la Normandie davantage ceux du Royaume-Uni, des Pays-Bas et du Danemark. Le littoral méditerranéen est particulièrement apprécié des touristes venant d'Italie, d'Allemagne et de Suisse. Sept campeurs italiens sur dix choisissent cette destination, en particulier la Corse. Enfin, les touristes venant d'Espagne se dirigent plutôt vers le littoral basque-aquitain, qui accueille 36 % d'entre eux.

Sur la période 2010-2016, les nuitées étrangères augmentent, tirées par celles des clientèles allemandes (+ 28 %), espagnoles, suisses et belges. En revanche, les nuitées des touristes britanniques sont stables et celles des touristes italiens et néerlandais reculent (respectivement - 26 % et - 16 %). ■

Sources

Les résultats présentés s'appuient principalement sur l'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (EFHPA) réalisée par l'Insee, en partenariat avec la direction générale des entreprises (DGE) et les organismes régionaux chargés du tourisme. L'échantillon comporte 6 100 campings. L'enquête est réalisée mensuellement de mai à septembre auprès des campings possédant au moins un emplacement de passage.

En 2017, elle sera également étendue au mois d'avril. Selon l'enquête Suivi de la demande touristique de la DGE, la fréquentation des mois d'octobre à avril représenterait environ 9 % de la fréquentation annuelle des campings.

Cette étude compare les campings à l'ensemble des autres logements collectifs touristiques proposés par des entreprises : hôtels et autres hébergements collectifs touristiques (AHCT). Ces derniers comprennent notamment des résidences hôtelières et de tourisme et des villages de vacances. Ils sont également suivis par l'Insee dans ses enquêtes de fréquentation touristique.

Ce champ ne comprend pas l'offre marchande des particuliers, dont celle proposée au travers des plateformes internet, ni l'offre non marchande (hébergements en résidence secondaire, dans la famille ou chez des amis).

Les résultats sont accessibles sur le site internet de l'Insee (www.insee.fr) et de la DGE (www.entreprises.gouv.fr).

Définitions

Dans cet article, les touristes **non résidents** sont, par souci de simplification, appelés également touristes **étrangers**. La capacité désigne le nombre

d'emplacements offerts à une location temporaire. L'**offre d'hébergements** prend également en compte le nombre de jours où ces emplacements sont ouverts à la clientèle. Ainsi, dans un camping où 100 emplacements sont proposés 180 jours dans l'année, l'offre est de 18 000 emplacements x jours. De manière analogue, la **fréquentation en nuitées** correspond au nombre total de nuits passées par les clients dans un établissement touristique. Un couple séjournant trois nuits consécutives dans un établissement compte pour six nuitées, de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit.

L'**urbain** regroupe toutes les communes appartenant à des unités urbaines de 10 000 habitants ou plus (situation de 2010). Le **littoral** correspond à l'ensemble des communes, urbaines ou non, classées en « loi littoral » et situées en bord de mer (exclusion de celles situées en bordure de lacs et rivières).

Dans les enquêtes de fréquentation, le suivi des campings prend en compte les changements d'exploitants (reprise d'activité). Ainsi, les créations désignent les **créations pures ex nihilo** et les **cessations** la fin de l'activité économique de l'établissement, sans successeur dans cette activité.

Bibliographie

- Favre F., « Saison touristique d'été 2016 », *Insee Focus* n° 68, novembre 2016.
- Favre F., « Le tourisme en Europe en 2015 », *Insee Première* n° 1610, juillet 2016.
- Favre F., « En 2014, une chambre d'hôtel sur deux appartient à une chaîne » *Insee Première* n° 1553, juin 2015.
- Direction générale des entreprises, « Mémento du tourisme », édition 2016.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavemier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin, C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu, H. Valdelièvre
Maquette : C. Kohler
Impression : Jouve
Code Sage IP17X1649
ISSN 0997 - 3192
© Insee 2017

• **Insee Première** figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :
<https://www.insee.fr/fr/statistiques?collection=116>

• Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) :
<https://www.insee.fr/fr/information/1405555>

Pour vous abonner à **Insee Première** et le recevoir par courrier :
<https://www.insee.fr/fr/information/2537715>

