

Communiqué

Le 18 mai 2010

## Un camping aux visages multiples pour satisfaire une clientèle éloignée des clichés qui lui sont associés !

A la mer, dans l'arrière-pays, à la montagne, en campagne, près des villes....sous tente, en mobil-home, en chalet, dans une yourte, un tipi, une cabane dans le bois, en caravane, camping-car ou dans une roulotte...pour le weekend du 1<sup>er</sup> mai, les vacances de Pâques, trois semaines en été, quatre jours en septembre, une semaine en février...pour se détendre, se reposer, s'amuser, faire du sport, profiter, se cultiver, échanger, découvrir...et ce, **toujours en contact avec la nature, le camping vous ouvre ses portes !**

Les multiples visages du camping attirent une clientèle extrêmement nombreuse et diversifiée (deux Français sur trois ont déjà séjourné en camping). Avec des **prévisions de croissance de l'ordre de 4 à 5% en termes de fréquentation pour la saison 2010**, les campings devraient cette année encore séduire de nouveaux adeptes (6% des Français ont découvert le camping ces cinq dernières années).

Sans compter les étrangers qui représentent plus d'un tiers des clients du camping en France avec plus de 7 millions d'arrivées en 2009, **l'étude conduite par l'institut d'études StrategyOne pour la FNHPA** montre que **les campeurs sont loin des stéréotypes qui sont leur sont associés.**

*« Que ce soit en termes de caractéristiques sociodémographiques ou de pratiques, cette étude dément la plupart des clichés et des idées reçues sur les campeurs. Un nouveau portrait du campeur français est en train de se dessiner : plutôt jeune, pas nécessairement urbain, issu de tous les milieux, il n'est pas exclusif - ni sur le camping, ni sur « son » camping -, il voyage, compare et connaît les différents modes d'hébergements. »* **Lisa TAULEIGNE, directeur associée de l'institut d'études StrategyOne.**

Les résultats de l'enquête nous indiquent également que les campeurs, loin d'être uniquement clients des campings, partagent aussi leur vacances en hébergement en famille ou avec des amis (63%), louent des maisons de particuliers (55%), fréquentent des hôtels (47%), partent en club de vacances (24%) ou disposent d'une résidence secondaire (17%). Ils sont enfin 58% à être partis à l'étranger ces cinq dernières années.

**Cette clientèle hétérogène** a sans nul doute été séduite par une **montée en gamme de l'hôtellerie de plein air** qui s'est accompagnée d'efforts considérables des professionnels pour développer des équipements, services et activités pour le plus grand nombre. Ce dynamisme est particulièrement marqué chez les adhérents de l'association **Camping Qualité** qui agit comme moteur et laboratoire d'idées pour la profession, avec aujourd'hui plus de 1000 campings adhérents.

*« Je suis très fier de co-présider l'association Camping Qualité, qui depuis dix ans réfléchit à l'avenir de la profession, c'est-à-dire une offre axée sur la qualité et le respect des sites, quelque soit la catégorie du camping »* déclare **Michel DUBIE, co-président de l'association Camping Qualité**

C'est donc avec enthousiasme que les professionnels ont accueilli la réforme du classement de l'hôtellerie de plein air, effective à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2010. En effet, le classement précédent, qui datait de 1993, ne reflétait plus la qualité des établissements d'aujourd'hui.

*Verbatim Christian MANTEI*

La réforme du classement de l'hôtellerie de plein air va ainsi mieux illustrer la large palette de camping qui s'offre aux consommateurs pour leurs vacances.

*« Je me réjouis de ce nouveau classement qui reflète la réalité de l'offre d'hôtellerie de plein air, tournée vers la diversité, la qualité et le service client. Nous allons continuer à travailler et investir comme nous l'avons fait ces vingt dernières années pour proposer aux consommateurs, adeptes ou non du camping, une offre diversifiée dans l'ensemble des régions françaises. »* **Guyhem FERAUD, Président de la FNHPA.**

#### **Contact presse**

Dossier de presse, interview, reportages

Agence Edelman

Mathieu Razé

01.56.69.73.84

[mathieu.raze@edelman.com](mailto:mathieu.raze@edelman.com)