

L'OFFICIEL DES TERRAINS

DE CAMPING CARAVANING

LES PARCS RESIDENTIELS DE LOISIRS

REVUE PROFESSIONNELLE INDÉPENDANTE



A vos marques:

STYX

Avril 88

LE MARCHÉ EN POITOU-CHARENTES

Le comité régional de tourisme de Poitou-Charentes a rendu publiques plusieurs études de marché fort intéressantes dans le domaine du tourisme. Nous vous livrons ici les résultats obtenus en matière de camping pour cette région qui est l'une des premières en France par l'importance de son hôtellerie de plein air.



PRESENTATION GENERALE

Les touristes hébergés en camping-caravaning représentent 72% de l'échantillon total corrigé (camping-caravaning, hôtel, village de vacances); soit 1 641 questionnaires. Les caractéristiques de cet échantillon sont les suivantes :

Département

Charente	16%
Charente-Maritime	66%
Deux-Sèvres	9%
Vienne	11%
Total	100%

Catégorie

Aire naturelle de camping, camping à la ferme	1%
★	5%
★★	56%
★★★	28%
★★★★	10%
Total	100%

N.B. : dans l'ensemble des tableaux de l'étude, la base de l'échantillon "camping rural" (aire naturelle de camping; camping à la ferme) intervient une analyse détaillée de ces données.

Type de gestion

gestion privée	65%
gestion communale	35%
Total	100%

Capacité

moins de 50 emplacements	11%
50 à 100	27%
100 à 250	33%
250 à 500	28%
plus de 500	3%
Total	100%

Dans l'ensemble des tableaux qui suivent, nous comparons les clientèles de chaque catégorie de camping, d'une part, à celles de l'ensemble des campings caravanning et, d'autre part, à celles de l'ensemble des hébergements de Poitou-Charentes (camping-caravanning, hôtel, village de vacances).

LES CLIENTELES

Origine géographique						
en %	Ensemble	Camping-caravanning				
		Ensemble	*	**	***	****
France	72	73	88	81	63	39
Etranger	28	27	12	19	37	61

Dans les campings, la part des étrangers est globalement identique à celle de l'ensemble des hébergements de Poitou-Charentes. Les étrangers représentent plus du quart de la client

tèle touristique des campings. La part d'étrangers augmente avec la catégorie des campings : ils ne représentent que 12% de la clientèle des * et 61% de la clientèle des ****.



La clientèle française					
en %	Ensemble des hébergements	Camping-caravanning			
		*	**	***	****
Ile-de-France	21	11	23	21	14
Poitou-Charentes	9	26	12	3	4
Centre ouest	14	18	16	12	6
Grand Ouest	9	7	9	9	6
Nord/Pas-de-Calais	3	1	4	3	1
Nord-ouest	4	7	4	5	2
Grand Est	2	2	2	2	1
Centre est	4	10	3	4	4
Massif Central	3	4	4	1	2
Grand Sud	2	1	2	2	—
Aquitaine	2	1	3	1	1
TOTAL	72	88	81	63	39

La clientèle régionale est très surreprésentée dans les campings * (26% de la clientèle des *).



La clientèle étrangère					
en %	Ensemble	Camping-caravanning			
		*	**	***	****
Pays-Bas	9	5	6	12	18
Grande-Bretagne	6	1	6	6	32
RFA	7	4	5	14	8
Belgique	3	1	2	3	3
Autres	—	1	1	—	—
TOTAL	27	12	19	37	61

Les Néerlandais ont plus tendance que les autres étrangers à fréquenter des campings plutôt bas de gamme, * ou **.

Un tiers des clients des **** sont

des Anglais (clientèles démarchées par l'intermédiaire de tour opérateurs ?). C'est dans le camping *** qu'il y a le plus grande part d'Allemands.

Catégorie socio-professionnelle						
en %	Ensemble	Camping-caravaning				
		Ensemble	*	**	***	****
Exploitant, salarié agricole	1	1	5	1	1	—
Industriel, commerçant	6	6	7	12	6	16
Prof. libérale, cadre sup.	16	13	5	10	15	25
Cadre moyen	21	21	9	18	24	27
Employé	23	25	33	26	20	17
Ouvrier personnel de service	11	13	23	13	14	6
Etudiant	2	2	4	2	1	3
Retraité	11	11	11	13	7	6
NSP/SR	9	9	3	10	9	9

D'une façon générale, les professions à haut niveau socio-culturel (professions libérales, cadres supérieurs) fréquentent moins les campings caravanning que l'ensemble des clients de Poitou-Charentes. Cependant, près du tiers des clients des campings **** sont des personnes à hauts

revenus (industriels, professions libérales, cadres supérieurs...). À l'inverse, les personnes à plus faibles revenus (employés, ouvriers...) fréquentent plutôt les campings *. Globalement, la catégorie de camping fréquenté est proportionnelle au niveau des revenus.



Age (des adultes)		
en %	Ensemble	Ensemble Camping-caravaning
18-20 ans	7	8
20-30 ans	17	20
30-40 ans	34	33
40-50 ans	21	21
plus de 50 ans	21	18

— La clientèle des camping-caravanings est plus jeune que la clientèle de l'ensemble des hébergements de Poitou-Charentes.

— La part de clientèle jeune (moins de 30 ans) est inversement proportionnelle au nombre d'étoiles (33% des campeurs en * ont moins de 30 ans; contre 16% des campeurs en ****), ce qui corrobore le tableau précédent sur les catégories socio-professionnelles.

— Il apparaît qu'en vieillissant (et en disposant de revenus supérieurs) la

clientèle glisse vers des catégories de campings plus élevées.

Par rapport à cette évolution, la tranche d'âge "plus de 50 ans" se comporte différemment (18% de clients de plus de 50 ans en *, contre 15% en ****) il y a dans cette tranche d'âge des clientèles retraitées à revenus faibles.

REGIONS

Taille du groupe (enfants compris)						
en %	Ensemble	Camping-caravaning				
		Ensemble	*	**	***	****
1-2 personnes	28	21	23	24	16	15
3-4 personnes	47	52	50	49	58	60
5-9 personnes	20	23	25	23	22	22
10 personnes et plus	2	3	1	3	3	1
NSP/SR	3	1	1	1	2	2

D'une façon générale, les camping-caravanings accueillent plus de personnes en groupes (familles de 4-5 personnes...) que l'ensemble des hébergements de Poitou-Charentes. Bien évidemment, les camping-caravanings sont mieux adaptés à l'accueil de familles que les hôtels. Un exemple.

Paradoxalement, ce sont les campings de faible catégorie (* et **), moins chers, qui accueillent le plus de personnes en couple, alors que 60% des clients de campings **** sont en groupe de 3-4 personnes; ceci est lié au fait que les * et ** accueillent une plus grande proportion de gens âgés de 50 ans et plus.



Attitude à l'égard des vacanciers		
en %	Ensemble	Camping-caravaning
Pour moi les vacances, c'est ne rien faire	3,33	3,36
Pour moi les vacances, c'est le soleil, la mer	4,20	4,26
Pour moi les vacances, c'est avant tout le sport, l'activité physique	3,14	3,13
En vacances, j'ai besoin de confort	3,62	3,40
Ce que je recherche surtout, c'est le dépaysement	4,07	4,06
J'aime rencontrer, parler avec des gens du pays où je suis	4	4,05
Les vraies vacances, c'est quand on part loin de chez soi	3,25	3,24
Être en vacances, c'est voir du monde, être dans un lieu animé	3,15	3,20
L'important pendant les vacances c'est de découvrir des gens différents de nous, d'une culture différente	3,86	3,87
Les vacances, c'est avant tout le calme et le repos	4,31	4,38
Les vacances, c'est avant tout voir des paysages de rêve	3,68	3,66
On peut très bien passer de bonnes vacances sans aller très loin de chez soi	3,96	3,97
J'aime bien retourner souvent	3,54	3,58

Les attitudes à l'égard des vacances des campeurs de Poitou-Charentes sont le calme et le repos, le soleil et la mer, le dépaysement, la rencontre des gens du pays, la proximité. Ces attitudes sont semblables à celles de l'essentiel des touristes de Poitou-Charentes.

L'activité, le sport tiennent une place faible dans ces attitudes, par contre le "repos et la mer" sont les deux mots qui permettent de résumer les vacances en Poitou-Charentes.

LES PRODUITS

Lieu de séjour					
en %	Camping-caravaning				
	Ensemble	★	★★	★★★	★★★★
Mer	61	70	61	80	72
Campagne	27	21	35	10	22
Ville	5	—	6	5	—
Circuit	7	9	8	6	6

Le lieu de séjour des vacanciers est prédéterminé par l'offre. Cependant, l'examen de la répartition des séjours par lieu permet de nuancer l'analyse par catégorie.

On remarque ainsi que la répartition des séjours mer/campagne est quasi identique pour les ★ et ★★★★★.

Ainsi, les différences de clientèles de ces deux catégories ne sont pas liées à un effet "mer", mais bien à l'effet "prix et services".

Une analyse de l'offre pourrait être la suivante :

La campagne : pour y attirer une clientèle haut de gamme, il faut proposer de nombreux services et équipements de loisir (c'est le cas des ★★★★★).

La mer : il y a place pour le moyen haut de gamme et le haut de gamme (★★★ et ★★★★★), ainsi que le bas de gamme (★). Le ★★ (moyen-bas de gamme) n'y trouve pas sa place.



Mode d'hébergement					
en %	Camping-caravaning				
	Ensemble	★	★★	★★★	★★★★
Tente	30	35	28	34	24
Caravane	57	52	58	56	67
Camping-car	4	7	4	4	6
Mobile-home, caravane louée sur place	6	3	8	4	1
NSP/SR	3	3	2	3	2

61% des campeurs de Poitou-Charentes disposent d'une caravane ou d'un camping-car : ce sont donc de "vrais campeurs", qui ont investi dans cette formule de vacances (et dont ils sont en quelque sorte "prisonniers").

Le taux de possession d'un équipement de camping semble croître avec la catégorie du camping que l'on fréquente : 73% des campeurs en ★★★★★ disposent d'une caravane ou d'un camping-car.

6% des campeurs de Poitou-Charentes louent un mobile-home,

une caravane... dans le camping où ils séjournent. Ce sont probablement des gens susceptibles d'évoluer vers une autre forme d'hébergement (meublé...). Ce taux est faible dans les ★★★★★.

Il semblerait que ce soit dans les campings ★★★★★ que se trouvent les clients les plus fidèles et les plus attachés à ce type d'hébergement et au mode de vacances qu'il induit.





LE CAMPING EN POITOU-CHARENTES

Durée du séjour							
en %	Ensemble	Camping Caravaning					
		Ensemble	*	**	***	****	*****
1 jour	4	2	6	3	1	—	—
2-3 jours	6	4	4	4	2	3	3
environ 1 sem.	12	9	12	10	5	9	—
environ 2 sem.	27	20	17	26	28	33	—
environ 3 sem.	24	27	15	25	35	25	—
plus de 3 sem.	24	28	44	28	28	26	—
NSP/SR	3	4	3	4	1	4	—
			6	6	7	3	3
	51	53	32	61	63	68	

Les durées de séjours moyennes sont plus élevées dans les camping-caravanings que dans l'ensemble des hébergements de Poitou-Charentes. Cette différence est accentuée dans les * où 44% des séjours sont d'une durée supérieure à 3 semaines (il s'agit souvent de personnes âgées de 50 ans et plus, retraitées).

Les campings *** et **** n'ont pas de vocation d'accueil en très court séjour des itinérants (dans le cadre de circuits par exemple), ni même de courts séjours de vacances (1 semaine). Dans les campings *** et ****, 60% des séjours environ sont des séjours de 2-3 semaines.

Activités pratiquées						
en %	Ensemble	Camping-caravaning				
		Ensemble	*	**	***	****
Farniente	25	24	22	22	23	43
Baignade, plage	68	72	54	68	62	78
Découverte de la région en voiture	42	38	28	38	43	39
Promenade à pied, randonnée	17	15	9	18	9	7
Promenade à bicyclette, cyclotourisme	8	10	8	10	11	6
Pêche en mer	5	7	24	6	6	1
Pêche en eau douce	6	7	13	8	3	4
Activités nautiques	2	2	5	2	3	3
Jeu de boules	5	6	21	6	4	1
Tennis	3	2	2	2	2	2
Autres	11	10	3	11	6	10
TOTAL (hors farniente)	168	170	167	170	172	150



En ce qui concerne leurs activités, il n'y a pas de différence marquée entre les clients de camping-caravanings et les autres clients de Poitou-Charentes.

La baignade et la plage sont les principales activités des touristes de Poitou-Charentes, suivies par la "découverte de la région en voiture" et le "farniente".

Les clients de chaque catégorie de

campings se distinguent par leur plus grande propension à pratiquer telle ou telle activité :

- * : pêche (en mer et en rivière) et jeux de boules;
- ** : promenade à pied, randonnée;
- *** : baignade, plage, découverte de la région en voiture;
- **** : farniente, baignade, plage.



Budget vacances						
en %	Ensemble	Camping-caravanning				
		Ensemble	*	**	***	****
moins de 1 000 F	2	2	6	2	1	1
	42	48	26			
1 000 à 3 000 F	16	19	20	23	14	11
3 000 à 5 000 F	24	27	36	28	27	16
5 000 à 8 000 F	21	20	19	16	27	21
8 000 à 10 000 F	9	9	3	8	12	12
plus de 10 000 F	6	3	1	2	6	1
NSP/SR	22	20	21	19	14	38

Les budgets vacances des campeurs caravaniéristes sont inférieurs à ceux de l'ensemble des touristes de la région

(malgré des durées de séjours plus longues). 26% des campeurs en * dépensent moins de 3 000 F).

LA COMMERCIALISATION

Fidélisation						
Est-ce la première fois que vous venez dans la "région" ?						
en %	Ensemble	Camping-caravanning				
		Ensemble	*	**	***	****
Premier séjour	40	37	24	35	44	37
1 à 3 séjours antérieurs	30	31	28	31	31	30
4 séjours antérieurs et plus	30	32	48	34	25	33

Le mode d'hébergement (camping ou autre hébergement) ne semble pas avoir d'influence importante sur la fidélité à la "région".

Environ 60% des touristes reviennent dans la région. Les clients des * sont très fidèles à leur lieu de vacances mais ne se renouvellent pas.



Mode d'hébergement lors du précédent séjour					
en %	Camping-caravanning				
	Ensemble	*	**	***	****
Même camping-caravanning	73	74	72	70	82
Autre camping-caravanning	17	16	16	30	12
Autres	10	11	12	10	6
	(dont parents et amis : 5%)				

D'une façon générale, il n'y a pas ou peu de transferts de clientèle d'un mode d'hébergement à un autre : 10% seulement des retournants n'étaient pas en camping lors de leur dernier séjour dans la "région" et, dans la moitié des cas, ils étaient hébergés chez des parents et amis.

Les clients de **** ne sont pas particulièrement fidèles à une destination de vacances, mais ils le sont davantage que la moyenne à un camping précis. Ils sont aussi plus fidèles à la formule "camping" (6% seulement ne campaient pas lors de leur dernier séjour).



Réservation

Avez-vous réservé à l'avance ?

en %	Ensemble	Camping-caravaning				
		Ensemble	*	**	***	****
Oui	54	46	16	37	60	68
Non	43	53	79	60	39	31
NSP/SR	3	2	6	3	2	1

D'une façon générale, on réserve moins dans les camping-caravanings que dans l'ensemble des hébergements de Poitou-Charentes (46% contre 54%). C'est surtout dans les

campings * et ** que l'on ne réserve pas à l'avance. Près de 70% des campeurs en **** réservent. Le taux de réservation croît avec la catégorie du camping.

Quelles sont vos dates de réservation ?

en %	Ensemble	Camping-caravaning				
		Ensemble	*	**	***	****
après le 1 ^{er} juin	31	30	50	38	25	20
en avril/mai	25	27	12	27	30	20
en janvier/mars	33	31	32	23	39	39
avant Noël	8	7	6	11	5	21
NSP/SR	3	5	—	3	1	—

Les clients des * et ** réservent tard (après le 1^{er} juin pour des séjours en juillet/août). La propension à

réserver tôt croît avec la catégorie du camping (60% des clients des **** réservent avant Pâques).



Auprès de qui avez-vous réservé ?

en %	Ensemble	Camping-caravaning				
		Ensemble	*	**	***	****
En direct	84	87	93	80	85	84
SLA (1)	4	2	—	3	3	1
Autre	11	11	7	11	12	6
NSP/SR	1	—	—	1	3	—

Les camping-caravanings sont commercialisés en direct pour 87% des séjours, plus que l'ensemble des hébergements de Poitou-Charentes. Ce sont les campings * et ** qui utilisent le plus les relais de dis-

tribution et, en particulier, le Service loisirs accueil de la région.

Information						
en %	Camping-caravaning					
	Ensemble	*	**	***	****	*****
Aucune information	24	42 90	25 80	19	20	
Conseils de parents et amis	52	48	55	49	41	
Brochures ou renseignements d'organismes spécialisés	28	20	25	37	34	
Guides	21	6	19	28	30	
Salon, foire	2	—	1	3	3	
Presse	2	1	2	2	3	
Publicité	2	—	2	2	4	
Autres	9	5	8	9	14	
TOTAL INFO	116	80	112	130	129	

Le quart environ des campeurs n'a recherché aucune information avant de venir en Poitou-Charentes.

Les clients des * sont particulièrement peu avides d'information (42% d'entre eux n'ont recherché aucune information) et ce sont les clients des *** et **** qui sont les plus

demandeurs : ils achètent des guides, s'adressent aux offices de tourisme, fréquentent les salons grand public, etc.

Les clients des campings * et ** ne recherchent pas d'information ou s'en remettent aux conseils de parents et amis.

Degré de satisfaction						
en %	Ensemble	Camping-caravaning				
		Ensemble	*	**	***	****
Très satisfait	54	49	42	45	51	55
Plutôt satisfait	43	48	52	51	46	34
Plutôt mécontent	1	2	5	2	1	—
Très mécontent	—	—	—	—	—	—
NSP/SR	—	2	1	2	2	1

Dans l'ensemble, les clients des campings sont moins satisfaits que l'ensemble des touristes de Poitou-

Charentes et le taux de satisfaction dans les campings croît avec le nombre d'étoiles.

CONCLUSIONS

Pas ou peu de transferts de clientèles d'autres modes d'hébergement vers le camping

Au-delà d'un mode d'hébergement, le camping-caravaning est un mode de vacances à lui tout seul. Il implique :

- une vie au plein air, une convivialité que tout vacancier n'est pas prêt à accepter;
- un minimum d'équipement (tente...)

qui est un investissement à rentabiliser sur plusieurs années.

Ainsi,

— on ne devient pas campeur après avoir fréquenté l'hébergement en dur (même si on a des contraintes familiales qui exigent de quitter l'hôtel par exemple);

— à l'exception des "clientèles jeunes" en général, le campeur est attaché à la formule "camping" et reste campeur toute sa vie.



Un glissement vers des campings plus confortables

D'une part, on constate un glissement général de la demande vers des catégories ***, ****; au détriment des * et **.

D'autre part, en vieillissant, le campeur accroît ses propres exigences de confort et glisse vers des catégories supérieures.

Aujourd'hui, les campings * de Poitou-Charentes sont fréquentés essentiellement par deux segments de clientèles :

— les jeunes, qui ont des revenus trop faibles pour fréquenter d'autres modes d'hébergement. On peut penser que les formules P.A.J. (Points accueil jeunes), et Auberge de jeunesse répondent mieux aux besoins de ce type de clientèle que le camping *;

— les retraités, souvent originaires de la région, et qui restent en camping pour de très longues durées (souvent plus de 4 semaines). Pour eux, le camping * est un substitut très bon marché à la résidence secondaire. Cette clientèle ne semble pas se renouveler.

Une nouvelle génération de campeurs

Il apparaît que les campings *** et surtout **** sont fréquentés par un segment de clientèle intéressant, qui semble croître et que l'on peut caractériser de la façon suivante :

- plutôt haut de gamme (professions libérales, cadres supérieurs);
- très attaché à la formule camping (et en même temps prisonniers de cette formule, puisque propriétaires d'une caravane ou d'un camping-car).