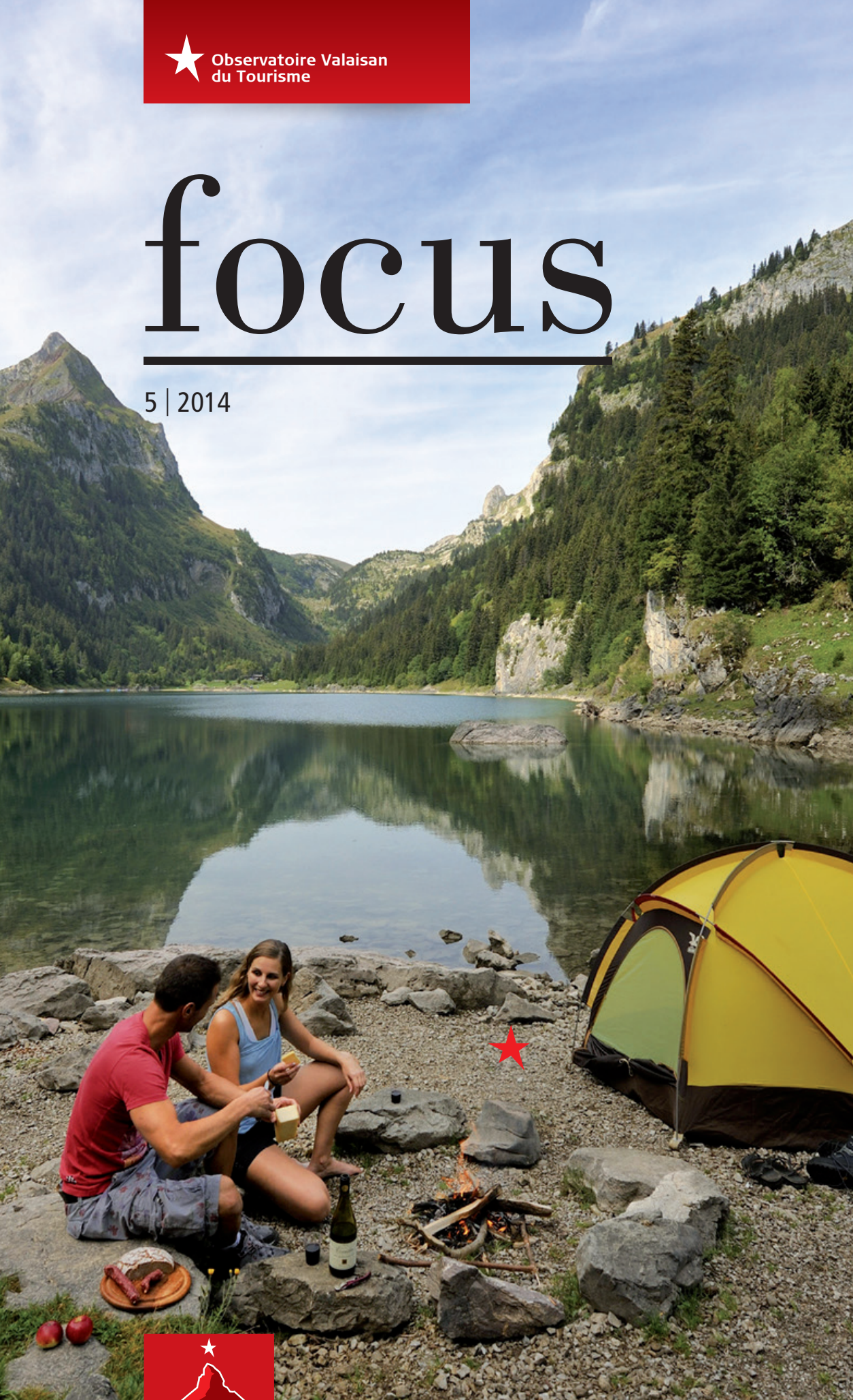




Observatoire Valaisan  
du Tourisme

# focus

5 | 2014



Campings 2014





**CANTON DU VALAIS  
KANTON WALLIS**

Département de la formation et sécurité  
Département de l'économie, de l'énergie et du territoire

Departement für Bildung und Sicherheit  
Department für Volkswirtschaft, Energie und Raumentwicklung

**Hes·so** VALAIS WALLIS  
Haute Ecole de Gestion & Tourisme  
Hochschule für Wirtschaft & Tourismus

# focus

<b>Présentation</b>	<b>2</b>
<b>Analyse de l'environnement</b>	<b>3</b>
<b>Structure du secteur</b>	<b>4-5</b>
<b>Analyse de l'offre</b>	<b>6-11</b>
<b>Demande : zoom sur le Valais</b>	<b>12-19</b>
<b>Horizons &amp; Benchmark</b>	<b>20-21</b>
<b>Faits marquants</b>	<b>22-23</b>
<b>Pour aller plus loin</b>	<b>24-25</b>



# Présentation



© TCS camping

## CHIFFRES CLÉS VALAIS 2012

Etablissements	65
Emplacements par établissement (en moyenne)	123
Places touristiques « de passage »	80 %
Places résidentielles « permanentes »	20 %
Nuitées touristiques*	450'000
Nuitées touristiques Juillet et août	70 %
Nuitées touristiques au printemps	18 %
Nuitées touristiques en automne	13 %
Destination Valais pour le camping	N° 2 en Suisse, derrière le Tessin
Part de l'hébergement commercial**	5 %

\* Nuitées résidentielles des locataires permanents sont inconnues.

\*\* Donnée disponible : 2010. Hébergement commercial = Hôtellerie + parahôtellerie.

## Parts de marché pour les 3 premières clientèles du camping en Valais 2012

1. Suisses	51 %
2. Pays-Bas	23 %
3. Allemagne	9 %

## Evolution des nuitées touristiques dans les campings valaisans

2011 vs 2010	-12.7 %
2012 vs 2011	-9.3 %
2013 vs 2012	-3.7 %

## Le point sur les campings valaisans

Le camping est avant tout un style de vacances plus qu'un simple mode d'hébergement, d'ailleurs très prisé des familles et des seniors. Passer ses vacances dans un camping peut relever d'un choix financier, mais ce n'est de loin pas la seule motivation. Le choix social, comme se retrouver entre amis ou vivre une expérience en pleine nature, est tout aussi important. En Valais, le centre de gravité des terrains de camping se situe aux altitudes les plus basses, c'est-à-dire dans la vallée du Rhône, la « plaine » des Valaisans. C'est là que sont générés les volumes de nuitées les plus importants. Selon une étude réalisée en 2005, 39 campings valaisans se situaient dans la vallée du Rhône, totalisant plus de 6 000 places résidentielles et touristiques, soit 75 % des emplacements du canton. Ces campings de plaine constituent en fait un système autonome, une entité touristique concentrée sur quelques points forts : proximités d'un plan d'eau ou d'une voie de transit vers un col alpin. Bien sûr, ces derniers profitent également de la proximité des centres urbains de la plaine : Martigny, Sion et Brigue. A la différence du camping de plaine, le camping de montagne ne constitue pas un système autonome. En général, celui-ci fait partie intégrante d'une station. Ce n'est donc plus un tout mais une partie, avec une plus ou moins grande dépendance à un centre, dont il profite des infrastructures. Ces campings de montagne se situent dans les grandes vallées latérales au sud du Rhône, comme le Val Ferret, le Val d'Hérens, le Mattertal, le Saastal, le Binntal, mais aussi dans la vallée de Conche, à la source du Rhône.

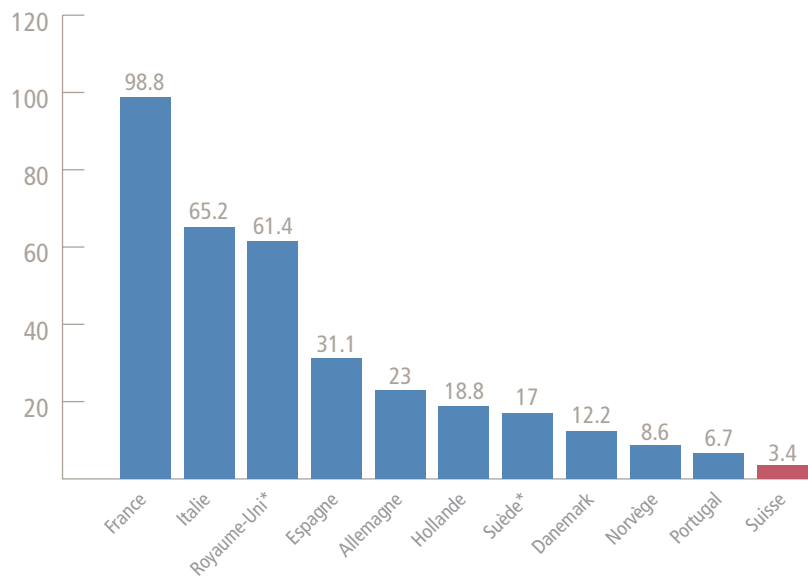
## Analyse de l'environnement

### La France, poids lourd économique du camping en Europe : un secteur en ébullition

Le camping ou « hôtellerie de plein air » est la première offre d'hébergement touristique marchand en France et au niveau européen et le second au niveau mondial après les Etats-Unis. En Europe, l'Allemagne et le Royaume-Uni occupent respectivement la 2<sup>e</sup> et la 3<sup>e</sup> position pour leur capacité d'hébergement de plein air. Quant au nombre de nuitées, la France est le leader européen sur ce marché, suivie de l'Italie et du Royaume-Uni.

### Nuitées sur les places de camping touristiques en 2008 (\*2007) dans 11 pays européens, en comparaison avec la Suisse

En millions de nuitées



D'après Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Deutschland) 2010 et l'Office fédéral de la statistique 2013.

Un tel succès s'explique par l'attrait touristique de la destination France mais surtout par la nature de ce mode d'hébergement. Activité proche de la nature, le camping offre une diversité d'installations avec un confort proche de celui d'une résidence principale, des équipements de loisirs modernes, auxquels s'ajoutent la convivialité et les animations. Si le camping a étendu son offre vers le haut de gamme, il reste aussi un mode de vacances accessible à tous les budgets et à tous les publics : jeunes, familles, seniors. Il peut aussi compter sur un public d'inconditionnels, vrais passionnés, qui ne jurent que par cette forme d'hébergement.

Depuis une dizaine d'années, le secteur de l'hôtellerie de plein air, historiquement très dispersé, se concentre progressivement autour des chaînes et des groupes. A l'origine de ce mouvement : la volonté des campings de mutualiser leurs moyens (marketing, communication, etc.). En 2013, 8 % seulement des campings français sont membres d'une chaîne, intégrée ou volontaire, mais cet ensemble représente 40 % du chiffre d'affaires global de l'activité d'accueil en camping en France. Le développement d'hébergements locatifs a considérablement fait progresser les chiffres d'affaires, mais aussi la rentabilité des entreprises qui ont bénéficié de ces développements et donc attiré l'intérêt des investisseurs. Malgré une multitude d'établissements, les campings sont toutefois très peu regroupés en chaînes volontaires, contrairement à la situation qui prévaut dans l'hôtellerie classique française. Une dizaine de chaînes volontaires existent actuellement

qui regroupent moins de 5 % des campings et moins de 12 % des emplacements. Les groupes intégrés se sont développés beaucoup plus récemment et aucun d'entre eux n'est prédominant à l'heure actuelle.

Pour les professionnels, le secteur a atteint un palier, après avoir pris ces dernières années des parts de marché à la location, à la petite hôtellerie saisonnière et même aux villages de vacances. La croissance jugée trop rapide de l'hébergement locatif, conjuguée à la pression grandissante des distributeurs en ligne, fait craindre toutefois un effondrement du prix de vente moyen du séjour. Ce qui aurait pour conséquence de faire s'effondrer également le modèle économique sur lequel se construit actuellement ce secteur.

En France, pour la saison printemps-été 2013, les écarts entre les chaînes et les indépendants se creusent fortement. En effet, les réseaux de campings (chaînes volontaires) comme Yelloh ! Village ou Sunélia tirent leur épingle du jeu, avec une légère hausse des nuitées et une progression de 5 % du chiffre d'affaires par rapport à 2012. Les campings indépendants accusent quant à eux une chute de 4 % de leurs nuitées et de leurs chiffres d'affaires. De nombreux campings indépendants, encore largement majoritaires, s'interrogent sur l'opportunité de rejoindre une chaîne...

## Structure du secteur

### Un secteur où dominent les indépendants

Le secteur de l'hébergement de plein air est historiquement un secteur très éclaté. En Suisse, notre enquête indique que la plupart des exploitants sont des indépendants et que 85 % d'entre eux occupent moins de 5 collaborateurs équivalents plein temps dans leur entreprise. Un tiers environ des établissements helvétiques sont membres de l'Association suisse des campings « Swisscamps » ; d'autres participent au sein d'associations qui agissent au niveau cantonal. L'Association Camping Touring Club Suisse (TCS) regroupe sous sa bannière le plus important réseau de campings de Suisse.

Selon l'Office fédéral de la statistique, les campings suisses disposaient de 57 000 places en 2012. Le nombre d'établissements est plutôt stable depuis 5 ans, avec de petites variations à la hausse ou à la baisse selon les régions du pays. **Le Valais est la première région touristique de Suisse en nombre de campings**: 65 établissements, soit 15 % des campings helvétiques.

### Etablissements de camping en Suisse en 2012

#### 423 établissements de camping en Suisse dont :

- 65 en Valais
- 54 dans l'Oberland bernois
- 35 au Tessin

#### Association suisse des campings « Swisscamps » (ASC) en 2012

- 150 établissements membres

#### Association camping Touring Club Suisse (TCS) en 2014

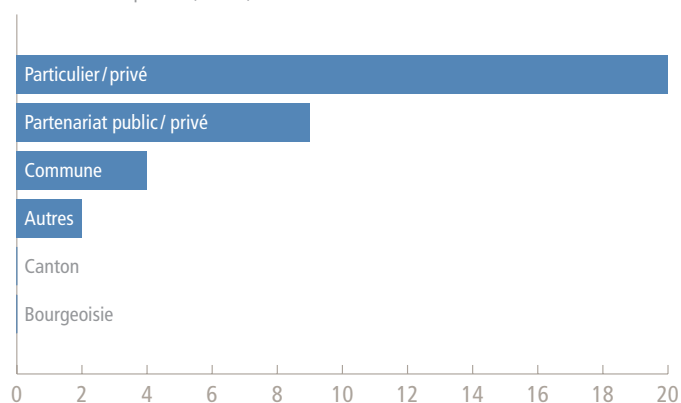
- 27 établissements membres pour cette association qui propose le plus grand réseau de campings de Suisse

D'après OFS 2013 et ASC 2013

#### Qui est le propriétaire des installations (infrastructure et hébergements fixes) de votre camping ?

Bourgeoisie	0
Canton	0
Autres	2
Commune	4
Partenariat public/pivé	9
Particulier/privé	20

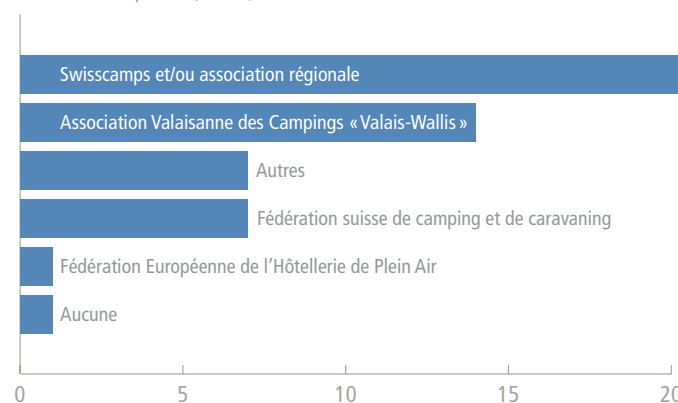
Réponses à l'enquête auprès des exploitants.  
En nombre de réponses (n = 35)



#### De quelles associations / organisations votre établissement est-il membre ?

Aucune	1
Fédération Européenne de l'Hôtellerie de Plein Air	1
Fédération suisse de camping et de caravaning	7
Autres	7
Association Valaisanne des Campings « Valais-Wallis »	14
Swisscamps et/ou association régionale	21

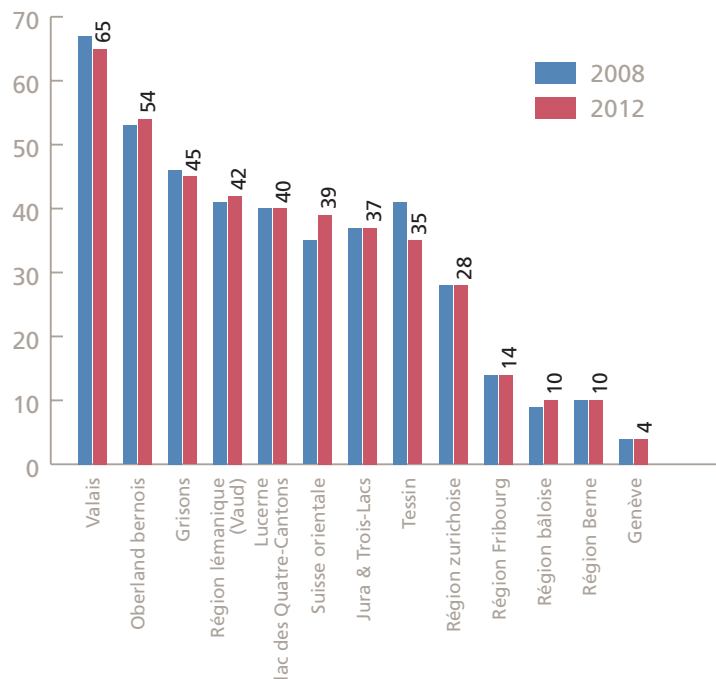
Réponses à l'enquête auprès des exploitants.  
En nombre de réponses (n = 35)



## Structure du secteur

### Terrains de camping : nombre d'établissements en 2008 et en 2012, par région touristique en Suisse.

En nombre d'établissements recensés (ouverts ou temporairement fermés), en moyenne annuelle



D'après OFS 2013





## Offre en Suisse

### Tourisme « de passage » et tourisme « résidentiel »

Les campings offrent des places pour leurs hôtes de passage et des places résidentielles pour leurs hôtes locataires permanents. La part des places touristiques et résidentielles varient fortement selon les régions touristiques du pays. **En Suisse, les places touristiques prédominent largement dans les terrains de camping des régions alpines, comme dans les cantons du Tessin des Grisons et en Valais** : en moyenne, le rapport est de 4 places mises à disposition pour les hôtes de passage contre 1 place pour les résidents permanents. Cette proportion est la même dans la région de Genève.

**En revanche, les régions touristiques du Jura et du Plateau suisse offrent une proportion plus importante de places résidentielles que de places touristiques.** Ces régions profitent certainement de la proximité des grands centres urbains du pays, où les habitants, peut-être en quête d'une résidence secondaire à la campagne, trouvent leur bonheur au terrain de camping le plus proche. Les ratios places permanentes/places de passage n'ont pas évolué depuis 2008, selon les statistiques de l'OFS.

*Les places de passage sont destinées aux hôtes de passage.  
Synonyme : places touristiques.*

*Les places permanentes sont destinées aux locataires permanents.  
Synonyme : places résidentielles.*

### Terrains de camping : offre pour l'année 2012, dans les régions touristiques suisses

Parts en %

Régions touristiques	Places permanentes	Places de passage
Tessin	16.24 %	83.76 %
Genève	22.44 %	77.56 %
Valais	22.44 %	77.56 %
Grisons	31.02 %	68.98 %
Région Berne	36.09 %	63.91 %
Suisse	43.61 %	56.39 %
Région lémanique (Vaud)	44.21 %	55.79 %
Région zurichoise	52.89 %	47.11 %
Oberland bernois	53.86 %	46.14 %
Jura & Trois-Lacs	56.74 %	43.26 %
Suisse orientale	63.65 %	36.35 %
Région bâloise	68.58 %	31.42 %
Lucerne / Lac des Quatre-Cantons	68.58 %	31.42 %
Région Fribourg	73.81 %	26.19 %

D'après OFS 2013

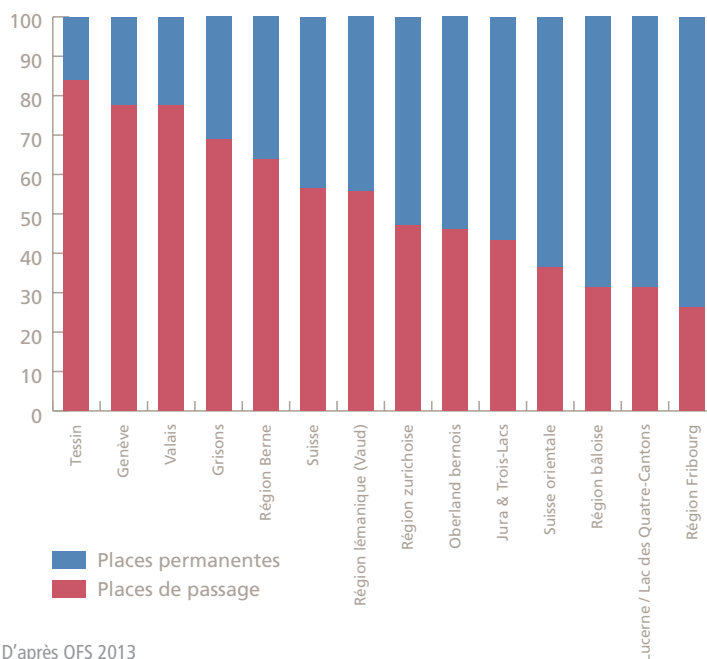
- En gris : Régions touristiques qui proposent plus de places permanentes que de places pour les hôtes de passage
- En rouge : régions touristiques qui proposent plus de places pour leurs hôtes de passages que pour leurs hôtes permanents



## Offre en Suisse

### Terrains de camping : offre pour l'année 2012 dans les régions touristiques suisses

Parts en %



D'après OFS 2013

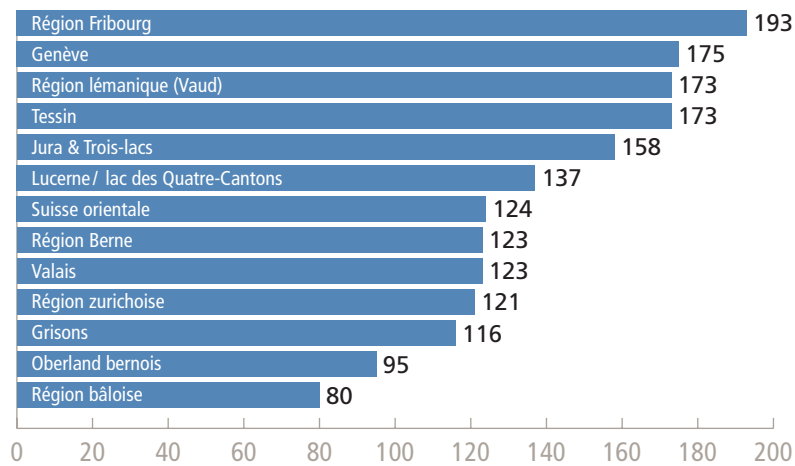
### Moins d'emplacements par terrain de camping dans les régions alpines

Pour connaître la taille moyenne des campings dans chaque région touristique du pays, nous avons calculé le ratio entre le nombre total d'emplacements et le nombre total d'établissements dans chacune de ces régions. Les résultats montrent que **la taille moyenne des établissements en Valais s'élève à 123 emplacements, valeur légèrement inférieure à la taille moyenne des campings sur l'ensemble du territoire nationale, à savoir 134 emplacements.** Les terrains de camping qui offrent le plus grand nombre d'emplacements sont localisés dans les régions touristiques caractérisées par la présence des grands lacs du Plateau suisse et du Sud des Alpes : lac Léman, lac de Neuchâtel, lac de Morat, lac de Bièvre, lac des Quatre-Cantons, lac de Lugano et lac Majeur. A l'inverse, les établissements de camping des trois régions alpines de l'Oberland bernois, du Valais et des Grisons disposent d'un nombre d'emplacements par établissement plus réduit que dans les régions situées à la périphérie des Alpes. Les établissements situés à l'extérieur de l'arc alpin ont certainement profité de leur implantation stratégique sur les rives des grands lacs suisses, à proximité de grands centres urbains. Selon notre enquête auprès des exploitants d'établissements, **environ 50 % des exploitations helvétiques ont une superficie inférieure à 2 hectares et 25 % une superficie comprise entre 2 et 4 hectares.**

## Offre en Suisse

### Taille moyenne des campings suisses par région touristique, 2012

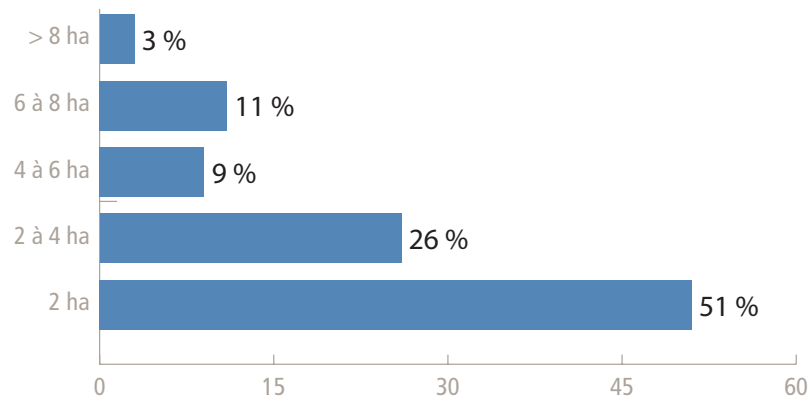
En nombre moyen d'emplacements



D'après OFS 2013

### Quelle est la superficie totale de votre camping ? Réponses à l'enquête auprès des exploitants.

Nombre de réponses en % (n = 35)



D'après enquête OVT 2013



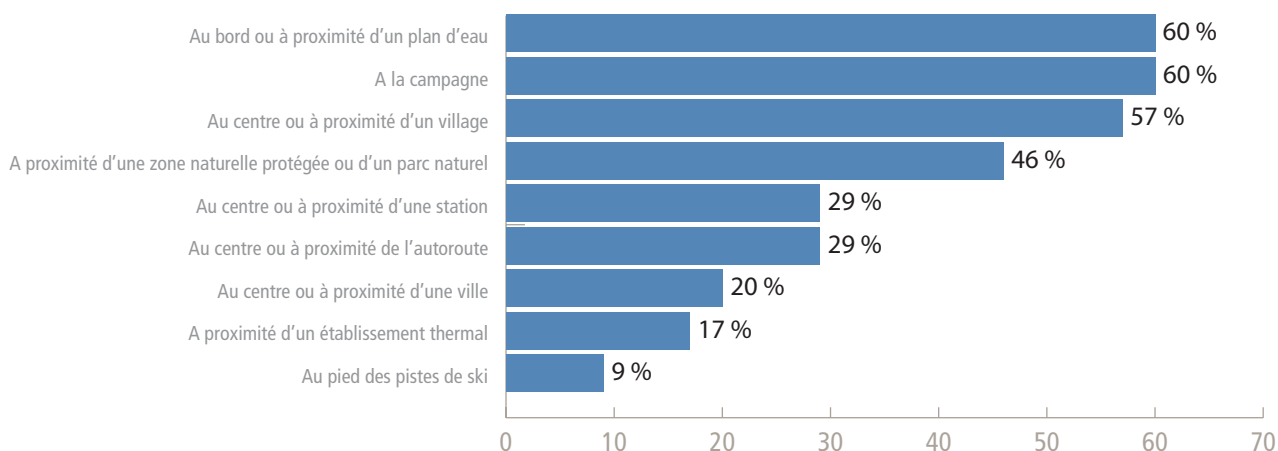
## Offre en Suisse

### Les terrains de camping sont principalement implantés en zone rurale

Il est très difficile d'établir des conditions minimales de réussite pour un camping parce que chaque situation est particulière (emplacements, activités alentour, clientèle...). Cependant, certains aspects communs se dégagent. Par exemple, le TCS considère **le choix du site comme le critère de référence**, celui qui fera qu'un camping aura plus de succès qu'un autre, pour autant bien sûr que les prestations fournies correspondent aux besoins des hôtes. La localisation du camping dans la nature est évidemment primordiale. Selon notre enquête, **les campings suisses sont fréquemment implantés à la campagne, au bord de l'eau, au centre ou à proximité d'un village, à proximité d'une zone naturelle protégée ou d'un parc naturel.**

### Quels éléments de l'environnement proposés ci-après correspondent à la description de votre camping ? Réponses à l'enquête auprès des exploitants.

Part en % (n = 35)



D'après enquête OVT 2013

### Choix du site : la qualité de l'environnement et de l'infrastructure prime

Selon les exploitants interrogés, les éléments déterminants dans le choix d'un camping sont d'abord la **qualité de l'environnement naturel et du paysage** (> 90 %), mais aussi le **choix du site** (> 90 %) et **l'infrastructure** (80 %) mise à disposition. Les campings installés dans des sites naturels de qualité sont donc privilégiés. En revanche, **proposer des activités** n'est pas un élément décisif dans le choix d'un camping. Dans la majorité des cas, l'information sur les activités est simplement mise à disposition de la clientèle. Cependant, environ 20 % des exploitants interrogés offrent tout de même des forfaits à leurs clients en collaboration avec des prestataires d'activités culturelles, sportives ou de détente / bien-être.

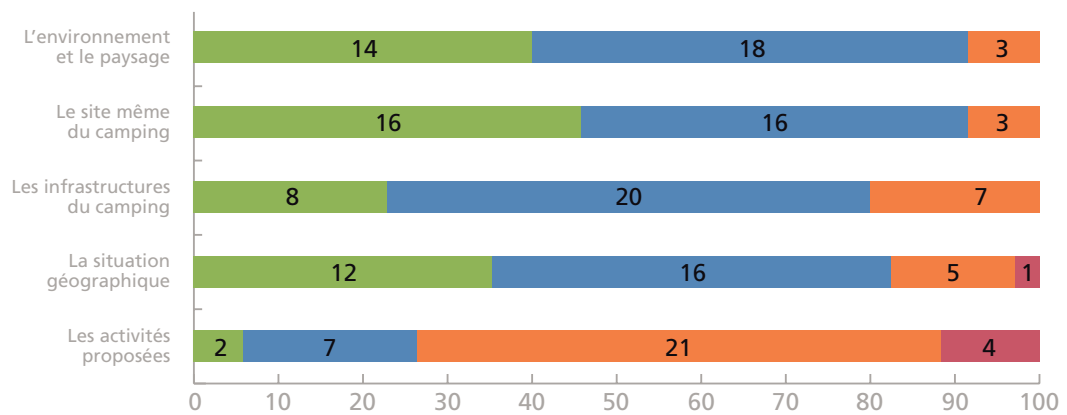
*En résumé, selon les exploitants, les hôtes se concentrent essentiellement sur les éléments suivants pour choisir leur camping (dans l'ordre).*

**Paysage et environnement naturel > site > infrastructure**

## Offre en Suisse

Dans quelle mesure pensez-vous que les éléments suivants sont importants pour inciter vos hôtes à séjourner dans votre camping ? Réponses à l'enquête auprès des exploitants.

Nombre de réponses en % (n = 35)



D'après enquête OVT 2013

■ Très important      ■ Peu important  
■ Assez important      ■ Sans importance



Camping et centre thermal de Brigerbad dans la « plaine » du Rhône en Valais.



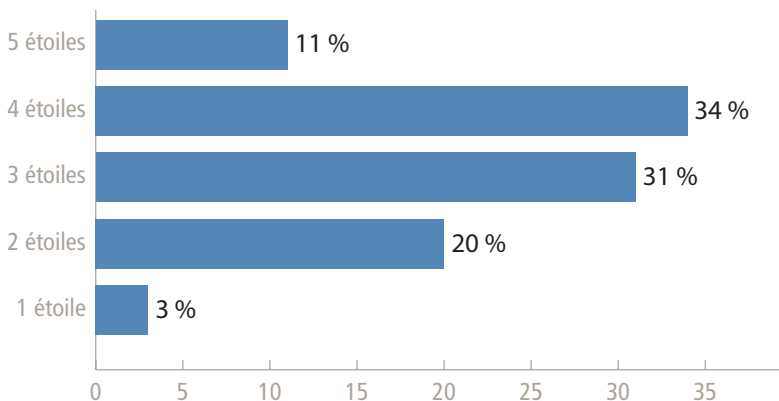
## Offre en Suisse

### De nombreux établissements labellisés 3 étoiles ou 4 étoiles

Le camping d'aujourd'hui n'a plus aucun rapport avec celui des années 1980. La toile de tente a peu à peu cédé la place aux chalets et mobil-homes tout confort. Les infrastructures de loisirs se sont multipliées : piscines, commerces, restauration, sport, etc. Les services se sont également étoffés. Progressivement, en France, le camping-caravaning est ainsi devenue l'hôtellerie de plein air. Ce changement d'appellation en dit long sur la volonté de montée en gamme des exploitants. La Suisse a également suivi ce mouvement puisque, selon notre enquête, plus de 60 % des exploitations sont actuellement labellisées 3 étoiles ou 4 étoiles.

### Quel est le classement de votre camping ? Réponses à l'enquête auprès des exploitants.

Nombre de réponses en % (n = 35)

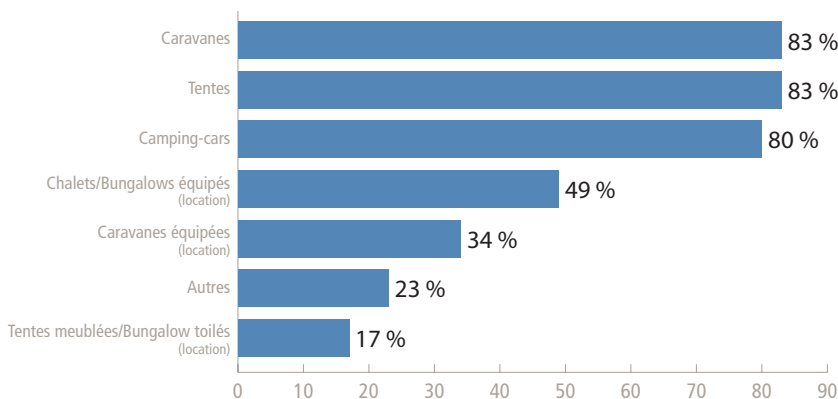


D'après enquête OVT 2013

Plus qu'un moyen de transport, le véhicule de loisirs de type **camping-car** est aujourd'hui un véritable art de vivre, qui permet de décider en toute liberté de l'organisation de son temps libre. En Suisse, la plupart des exploitants sont équipés pour accueillir cette clientèle nomade. En effet, selon notre enquête, plus de 60 % des terrains de camping helvétiques sont équipés pour accueillir ces véhicules. Des aménagements simples suffisent : une place de stationnement goudronnée et une prise pour l'électricité ! La connexion internet est également un must. Ainsi, 90 % des exploitants proposent une connexion internet. Le Wifi est gratuit dans 60 % des cas, payant dans 30 % des cas et 10% des exploitants déclarent ne pas offrir de connexion internet.

### Quels types d'hébergement proposez-vous ou acceptez-vous dans votre camping ? Réponses à l'enquête auprès des exploitants.

Nombre de réponses en % (n = 35)



D'après enquête OVT 2013

## Demande: zoom sur le Valais

Le Valais est le numéro 2 du secteur en Suisse, derrière le Tessin.

Le Valais a enregistré 450 000 nuitées touristiques dans les campings en 2012, soit environ 14 % de la fréquentation nationale de ce secteur de l'hébergement. Le Vieux-Pays est la seconde destination préférée des campeurs en Suisse, derrière le Tessin, champion helvétique, qui capte environ 750 000 nuitées touristiques par année, soit 26 % de parts de marché au niveau national. Lors de l'année faste de 2009, la fréquentation en Valais s'est élevée à 540 000 nuitées.

En 2005, Valais Tourisme, sur la base de données collectée par l'OFS, a estimé le volume de **nuitées résidentielles des locataires permanents** dans les campings valaisans à environ 270 000 nuitées pour l'année 2003. Actuellement, aucune information n'est disponible sur ce tourisme résidentiel dans les campings helvétiques.

En Valais, en 2010, le volume des nuitées générées par le camping a représenté **5 % de l'ensemble des nuitées commerciales**, tous hébergements confondus. Comparées à l'hébergement hôtelier, les nuitées en camping équivalent à **11 % du volume**, et, comparées à l'hébergement parahôtelier, elles le sont à hauteur de 9 %. Ces proportions restent plus ou moins identiques d'une année à l'autre, selon les données dont nous disposons depuis 2005.

### Hébergement commercial touristique dans l'hôtellerie et la parahôtellerie valaisannes, 2010.

En millions de nuitées et parts en %

Types d'hébergement	Nombre de nuitées	Parts
Hôtellerie	4,2	41 %
Chalets / appartements*	4,9	48 %
Logements de groupe*	0,6	6 %
Campings	0,5	5 %
<b>Total des nuitées commerciales</b>	<b>10,3</b>	<b>100 %</b>

D'après OFS 2013 et \*données de l'Observatoire Valaisan du Tourisme. Les catégories Chalets / appartements et Logements de groupe constituent la parahôtellerie.

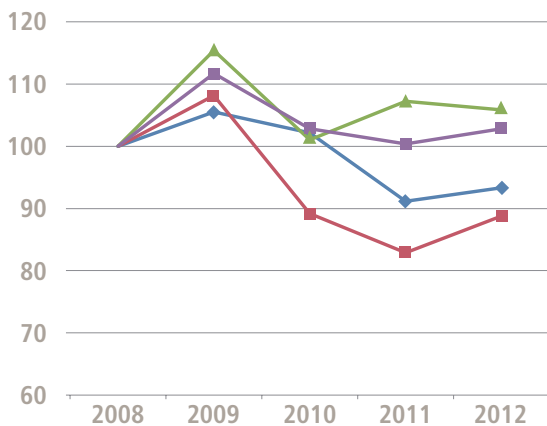
L'évolution des nuitées étrangères et indigènes dans les campings helvétiques suit la baisse tendancielle amorcée par le tourisme suisse dès 2008. **Cette érosion conjoncturelle des nuitées est plus marquée pour les hôtes européens que pour les hôtes suisses, dont la fréquentation dans les campings est stable ou en légère augmentation entre 2011 et 2012.** Les causes de cette dégringolade sont bien connues. Le franc suisse fort et la crise économique touchent surtout les visiteurs européens et pèsent avant tout sur les cantons alpins. Si l'on compare les régions touristiques entre elles, des différences apparaissent. Par exemple, le recul des nuitées suisses a été plus marqué dans le canton des Grisons qu'en Valais. Pour les nuitées étrangères, les variations sont similaires entre ces deux régions alpines.

## Demande: zoom sur le Valais

### Evolution des nuitées touristiques indigènes et étrangères dans les campings de Suisse et de 3 régions alpines : Valais, Oberland bernois et Grisons, 2008 à 2012

En indices de nuitées touristiques, base 100 en 2008

#### Touristes suisses



#### Touristes étrangers



D'après OFS 2013

### Les opérateurs suisses modérément optimistes face à l'avenir.

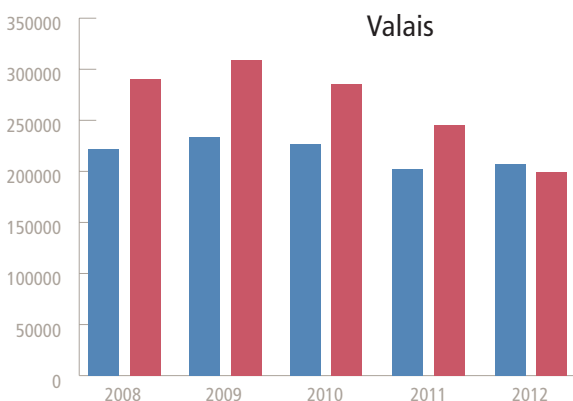
D'après notre enquête, les exploitants de campings en Suisse affichent un certain optimisme par rapport à la marche de leurs affaires. 2/3 d'entre eux estiment en effet que l'évolution de leurs affaires au cours des 5 prochaines années sera « moyennement satisfaisante » et même 1/3 d'entre eux estiment qu'elle sera « très satisfaisante ».

### Deux fois plus de campeurs suisses en Valais que dans l'Oberland bernois

La part des touristes étrangers et suisses s'avère fort différente selon les régions touristiques du pays. Dans les Alpes, le Valais attire ainsi deux fois plus de touristes suisses que la région limitrophe concurrente de l'Oberland bernois. En revanche, le volume de nuitées étrangères est équivalent dans les deux régions.

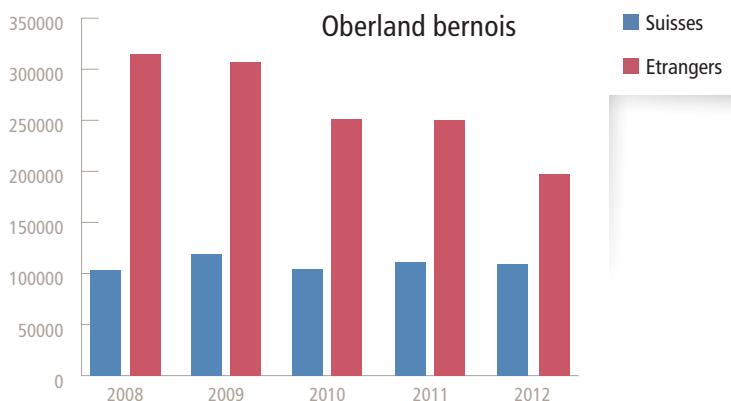
### Nuitées touristiques indigènes et étrangères dans les campings valaisans, 2008 à 2012

En nombre de nuitées touristiques



### Nuitées touristiques indigènes et étrangères dans les campings de l'Oberland bernois, 2008 à 2012

En nombre de nuitées touristiques



D'après OFS 2013

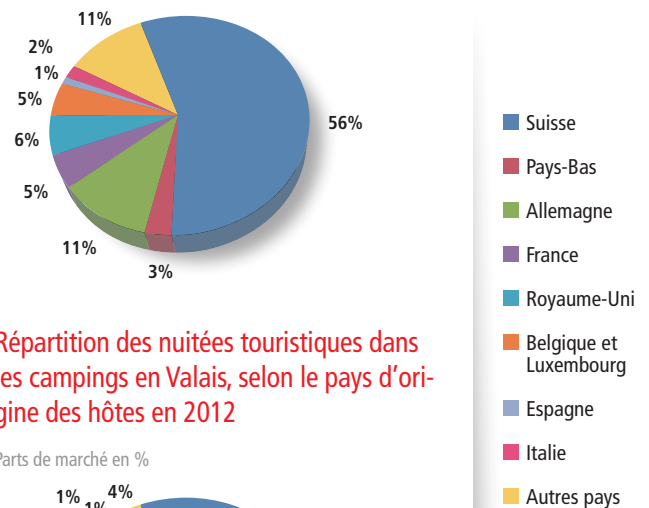
## Demande: zoom sur le Valais

### La Suisse et les Pays-Bas, deux marchés incontournables pour les campings valaisans

En 2012, trois pays totalisaient plus de 80 % de la fréquentation des campings valaisans, à savoir, dans l'ordre d'importance, la Suisse (51 %), les Pays-Bas (23 %) et l'Allemagne (9 %). La France arrive en quatrième position avec 4,6 % de parts de marché. **La clientèle étrangère principale pour le Valais est donc néerlandaise.** Au niveau national, ce sont les Allemands (12 %) qui représentent le plus grand nombre de nuitées étrangères et européennes dans les campings. En deuxième position, suivent les hôtes des Pays-Bas qui affichent 9 % de la fréquentation nationale.

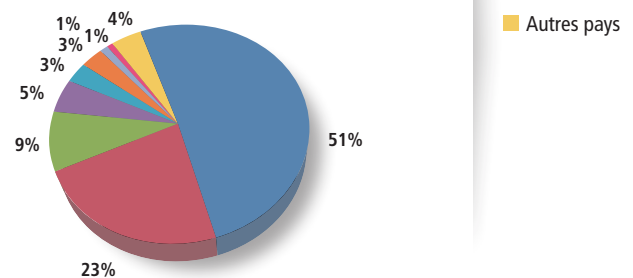
### Répartition des nuitées hôtelières en Valais, selon le pays d'origine des hôtes en 2012

Parts de marché en %



### Répartition des nuitées touristiques dans les campings en Valais, selon le pays d'origine des hôtes en 2012

Parts de marché en %



D'après OFS 2014

### Les Suisses sont majoritaires dans les campings du Valais francophone, les Néerlandais plébiscitent le Valais germanophone.

Si l'on compare les parts de marché par pays de provenance entre les deux régions linguistiques du canton, des différences notables sont à relever. Sans surprise, les Français plébiscitent le Valais romand (71 %) et les Allemands le Valais germanophone (74 %). **Les Néerlandais témoignent également d'une préférence pour le Valais germanophone**, et ce à une écrasante majorité (71 %). 60 % des Néerlandais qui séjournent dans le Haut-Valais s'installent dans les campings des districts de Visp, Raron et Leuk. Dans le Valais romand, les Néerlandais apprécient les campings de montagne des districts francophones d'Entremont et d'Hérens, avec 16 % des nuitées.

#### Part des nuitées en camping dans les deux régions linguistiques du canton, 2012 :

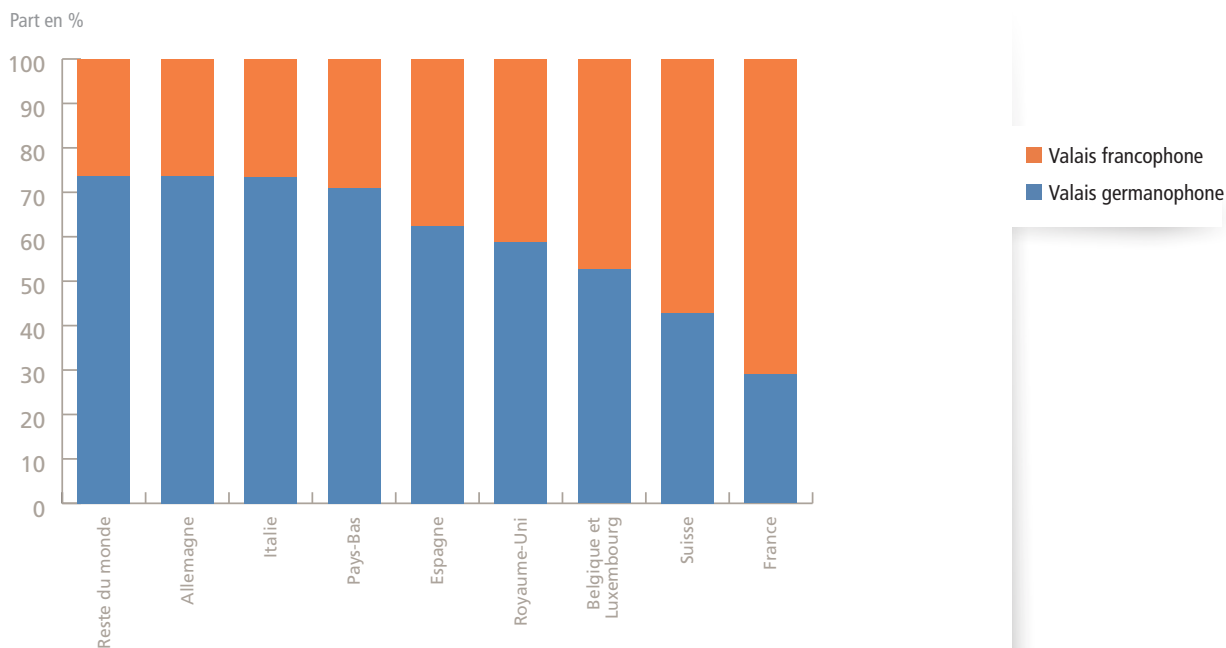
Valais francophone	46 %
Valais germanophone	54 %

**Les Suisses sont majoritaires dans les campings du Valais francophone**, avec 57 % de la fréquentation cantonale contre 43 % dans le Valais germanophone. Cette préférence est due à la localisation de quelques sites de plaine qui profitent de la proximité de grands plans d'eau, tous situés dans la partie francophone du canton : les fameuses « gouilles » de Sion par exemple (25 % des Suisses campent dans le district de Sion) ou encore les rives valaisannes du lac Léman (11 % dans le district de Monthey), deux sites réputés pour la baignade et les activités de loisir aquatiques.



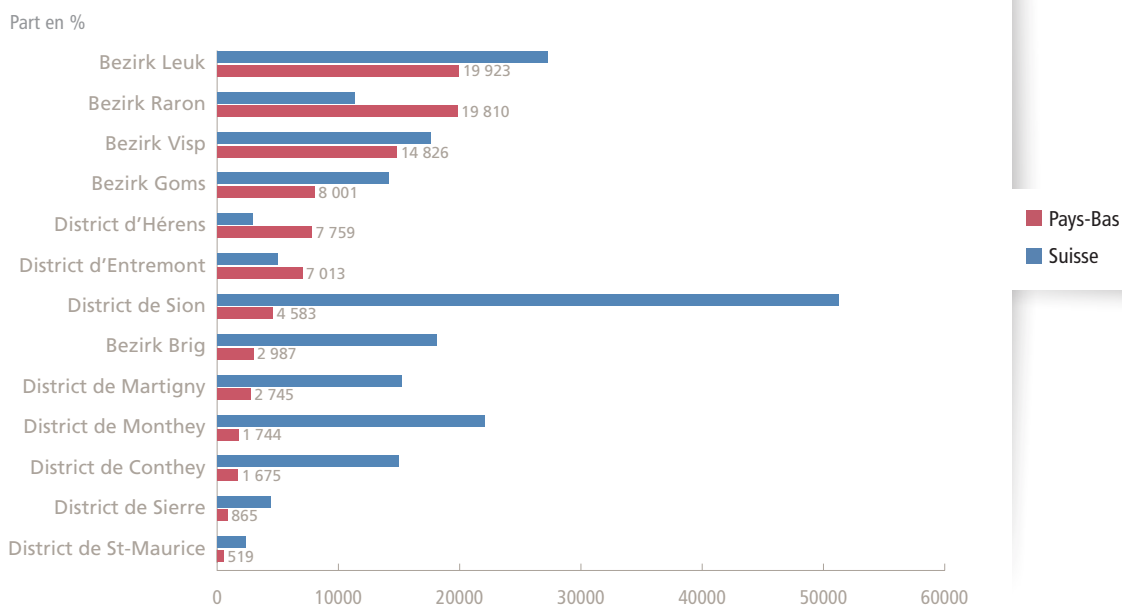
# Demande: zoom sur le Valais

Parts de marché des pays émetteurs principaux dans les deux régions linguistiques valaisannes, 2012



D'après OFS 2013

Nombre de nuitées suisses et néerlandaises dans les 13 districts valaisans, 2012



D'après OFS 2013

## Demande: zoom sur le Valais

Après deux années consécutives de baisse, l'hébergement touristique en Suisse affiche un certain rebond des nuitées en 2013, avec une augmentation de 2,5 %. Pour les campings helvétiques et valaisans, qui profitent de cette embellie, le recul des nuitées s'est considérablement ralenti. Les nuitées hôtelières du continent européen se redressent, ce qui se reflète aussi dans la fréquentation des campings. Le Royaume-Uni affiche l'augmentation la plus marquée : + 5 % au niveau national et + 10 % en Valais. En revanche, l'Allemagne et les Pays-Bas affichent toujours un recul des nuitées en camping en Valais, de l'ordre de 5 %. Les nuitées indigènes régressent également légèrement, d'environ 2 % au niveau national et de 4 % en Valais.

### Evolution des nuitées touristiques dans les campings pour les pays émetteurs principaux (parts de marché > 1 %) en Valais, en comparaison avec la Suisse, 2011 à 2013

Variations en %

	2011 vs 2010		2012 vs 2011		2013 vs 2012	
	VS (en%)	CH (en%)	VS (en%)	CH (en%)	VS (en%)	CH (en%)
<b>Suisse</b>	▼ -10.80	↘ -2.39	↗ 2.39	↗ 2.47	↘ -3.95	↘ -1.92
<b>Pays-Bas</b>	▼ -20.22	▼ -19.30	▼ -25.32	▼ -20.65	▼ -5.22	▼ -5.29
<b>Allemagne</b>	▼ -6.29	▼ -10.60	▼ -11.76	▼ -8.71	↘ -4.96	↘ -3.07
<b>France</b>	▼ -8.86	↘ -1.97	▼ -15.53	↘ -4.41	↗ 1.19	↗ 6.22
<b>Royaume-Uni</b>	↗ -5.89	↗ 1.16	▼ -20.50	▼ -30.70	↗ 10.37	↗ 5.07
<b>Belgique et Luxembourg</b>	▼ -10.00	↗ 2.95	↘ -4.60	↗ 6.40	↗ 0.28	▼ -6.51
<b>Espagne</b>	▼ -14.41	▼ -9.64	▼ -10.02	▼ -10.25	▼ -7.94	↗ 5.75
<b>Italie</b>	▼ -10.06	↘ -1.22	▼ -19.38	▼ -7.95	↗ 16.31	↘ -0.19
<b>Reste du Monde</b>	▼ -10.00	↗ 2.95	↘ -4.60	↗ 6.40	↘ 0.28	▼ -6.51
<b>Total</b>	▼ -12.66	▼ -6.29	▼ -9.23	↘ -3.84	↘ -3.70	↘ -2.27

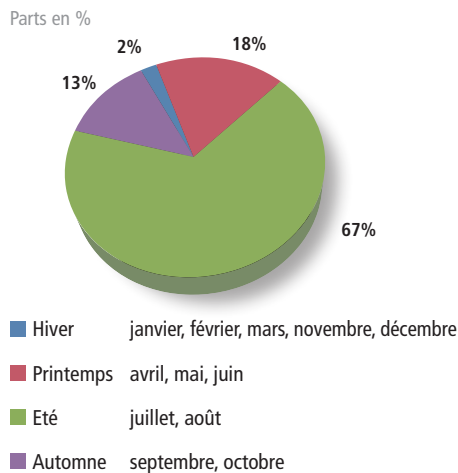
D'après OFS 2014

## Demande: zoom sur le Valais

### Juillet et août représentent près de 70 % des nuitées

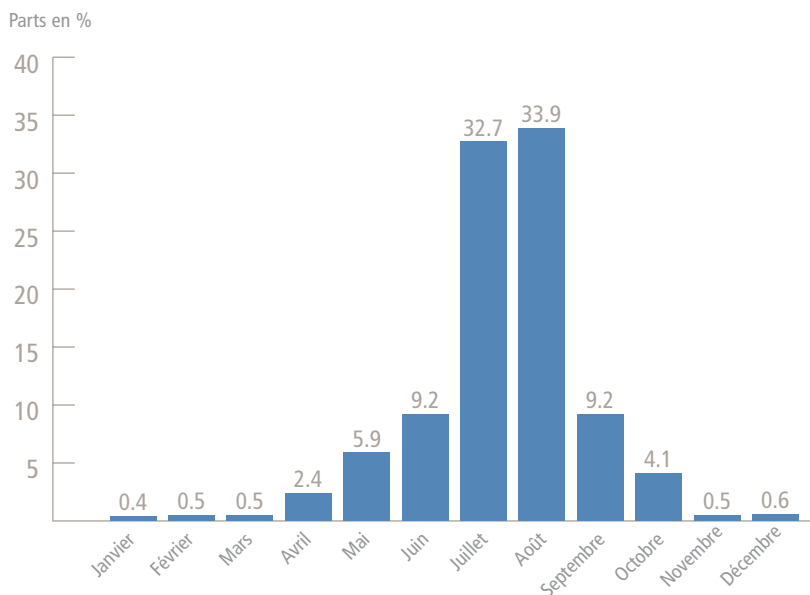
Selon les données de l'OFS de 2012, juillet et août, les deux mois phares de l'été, concentrent 67 % des nuitées touristiques en camping. La part de la fréquentation hivernale reste insignifiante, avec 2,5 % des nuitées en janvier, février, mars, novembre et décembre 2012. En effet, le Valais ne dispose pas vraiment d'infrastructure pour accueillir le tourisme de camping hivernal, contrairement à d'autres destinations, comme dans le Tyrol du Sud. Rares sont donc les campings valaisans fréquentés à cette période de l'année, à l'exception de quelques établissements de plaine (Sion, Vétroz, Saillon) qui produisent les plus gros volumes de nuitées touristiques hivernales, ou de quelques rares campings de montagne, situés au pied des pistes de ski, à Champéry ou encore à Crans-Montana. En revanche, à la différence de l'hiver, le printemps et l'automne sont deux saisons qui réservent un bon potentiel de promotion, puisque 18 % des nuitées camping 2012 sont comptabilisées en avril, mai et juin et 13 % en octobre et en novembre.

### Répartition des nuitées touristiques dans les campings du Valais, selon les saisons, en 2012



D'après OFS 2013

### Répartition des nuitées touristiques dans les campings du Valais selon les mois de l'année, en 2012



D'après OFS 2013

## Demande: zoom sur le Valais

### Le mois de juillet perd sa place de leader en 2011 au profit du mois d'août

Les séries statistiques à disposition depuis 2005 montraient qu'en Valais, dès 2007, le volume de nuitées dans les campings était plus important en juillet qu'en août. Dès 2010, le volume des nuitées du mois de juillet s'érode pour atteindre l'année suivante un volume similaire à celui du mois d'août. Au niveau national, le trend est tout à fait identique : le mois de juillet perd sa place de leader en 2011 et les volumes de nuitées sont depuis lors plus ou moins à égalité, le mois d'août passant légèrement en tête des mois les plus fréquentés de l'année.

### Durée du séjour et fidélité au site : Néerlandais et Suisses en tête

En 2012, en Suisse, la durée moyenne de séjour s'élève à 3,2 nuits, bien loin de la France - leader européen et numéro 2 mondial de l'hébergement de plein air - où la durée du séjour s'élève en moyenne à 5,3 jours. Tandis que la durée du séjour des campeurs a diminué en Suisse ces dernières années, elle a augmenté en France durant la même période.

En Suisse, les Néerlandais séjournent à présent moins longtemps sur nos terrains de camping : 4,1 jours en moyenne en 2008 contre 3,2 jours en 2012. Cependant, leur durée de séjour est plus longue que celle des autres clientèles. La durée de séjour des campeurs, toutes nationalités confondues, a diminué ces dernières années en Suisse. Selon notre enquête (n = 35), **environ la moitié de la clientèle retourne dans le même camping plusieurs fois par année**, ce qui dénote un fort attachement au site.

### Durée de séjour dans les campings suisses et français toutes nationalités confondues, ainsi que pour la clientèle néerlandaise, 2012 et 2008

En durée moyenne en jours

Durée de séjour en 2012	
En Suisse	3,2 nuits
En France	5,3 jours dont 4,4 jours en emplacements nus* et 7,1 jours en emplacements locatifs**

Durée de séjour des touristes néerlandais en 2008	
En Suisse	4,1
En France	5,88

D'après OFS 2013 (Suisse), Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air 2013 (France), Atout France

\* « places de passage » en Suisse

\*\* « places permanentes » en Suisse



© Hervé Fossati

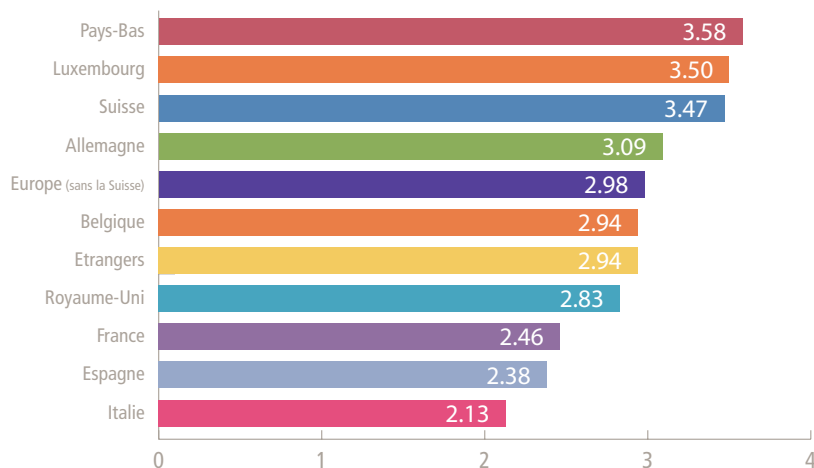
Camping Mollignon, Val d'Hérens



## Demande: zoom sur le Valais

### Terrains de camping suisses : Durée de séjour par pays de provenance des hôtes, en 2012

En durée moyenne en jours



D'après OFS 2013

### Profil de la clientèle néerlandaise, incontournable pour le marché du camping valaisan

En Suisse, on ne dispose pas d'études spécifiques sur les motivations, les préférences et le comportement des campeurs néerlandais. En revanche, l'Agence de développement touristique de la France ATOUR France surveille ce marché de très près car les Néerlandais constituent la première clientèle étrangère de l'hôtellerie de plein air française. Voici un extrait de ce portrait dressé en 2010 et en 2012.

- Les Néerlandais plébiscitent le camping, qui est un style de vacances plus qu'un mode d'hébergement.
- Ce mode d'hébergement est accessible financièrement et permet d'avoir des vacances plus longues.
- La campagne est l'espace touristique favori des Néerlandais pour leurs séjours en hôtellerie de plein air, avec deux fois plus d'arrivées enregistrées en espace rural que sur le littoral. Les autres clientèles (Belgique, Espagne, Allemagne, Grande-Bretagne) privilégient, elles, le littoral.
- La durée de séjour de cette clientèle en espace rural [et donc son niveau de dépenses] est plus longue que celle des autres clientèles.
- Les campeurs néerlandais sont des visiteurs actifs, et ceci plus à l'étranger que dans leur propre pays. A l'étranger, les visites des sites / monuments et des espaces naturels arrivent largement en tête des activités les plus recherchées.
- Les activités de détente, telles que baignades, sorties au restaurant et randonnées sont clairement privilégiées.
- Pour tordre le cou à une idée reçue, leurs dépenses sont relativement élevées, avec, en 2012, 618 Euros par séjour et par personne pour des vacances au camping.
- Selon les tour-opérateurs néerlandais, les Néerlandais optent le plus souvent pour des hébergements de qualité et cette préférence vaut aussi pour les campings. Confort et qualité du service sont donc très recherchés, à la fois dans le moyen et le haut de gamme (4 et 5 étoiles).
- Les familles avec enfants en bas âge préfèrent réserver leur séjour à l'avance. A l'inverse, les seniors partent souvent à l'aventure, sans effectuer de réservation.
- Les séjours en campings sont réservés directement auprès du propriétaire dans la majorité des cas [téléphone ou internet], avec une différence pour les séjours à l'étranger où le tour-opérateur et les agents de voyages jouent un plus grand rôle.
- Quant aux tendances au niveau des vacances, on trouve notamment les vacances à plusieurs familles ou générations, avec les grands-parents ou d'autres membres de la famille, ou encore avec des amis... On note également un intérêt grandissant pour les visites de villes ainsi que du littoral et des espaces naturels.
- Les voyagistes néerlandais qui vendent la destination camping France répondent à cette demande en présentant une offre adaptée, par exemple avec des hébergements et des tarifs correspondant à la composition des familles, une sélection de campings à proximité de villes, mais aussi la possibilité de séjourner sur plusieurs campings lors des vacances.

## Horizons & Benchmark

Cette partie **Horizons & Benchmark** regroupe des pistes de développement de l'activité traitée dans le Focus afin de promouvoir l'innovation dans les différents secteurs touristiques valaisans passés en revue.

Tendances observées chez notre voisin français, le poids lourd du camping en Europe, dans un secteur en ébullition.

### L'hébergement locatif au cœur des stratégies commerciales des investisseurs

**Revue Espaces** ■ Le développement des hébergements locatifs a considérablement fait progresser les chiffres d'affaires, mais aussi la rentabilité des entreprises qui ont bénéficié de ce développement et donc attiré l'intérêt des investisseurs. Aujourd'hui, l'investissement dans l'hébergement locatif est au cœur de toutes les stratégies, car il constitue un levier exceptionnel. L'exploitation d'un emplacement équipé d'un mobil-home ou d'un habitat léger atteint une rentabilité cinq fois supérieure à celle d'un emplacement nu.

### Huttopia s'élève contre la politique du « tout mobil home » et privilégie l'écotourisme

**Revue Espaces** ■ De nombreux exploitants s'insurgent contre la politique du tout mobil home, car elle induit une réaction négative des autorités administratives, qui assimilent les campings à de véritables lotissements. Oublié l'emplacement nu, qualifié de ringard, alors qu'il est l'illustration parfaite d'un tourisme éphémère en phase avec les préoccupations de notre époque. Les campings Huttopia SA ont fait le choix d'un positionnement original, celui de campings nature respectueux de l'environnement. L'entreprise a développé deux marques, Huttopia et Indigo. Huttopia se positionne dans la création ex nihilo de campings « nature » en milieu forestier. Indigo s'attèle plutôt à la reprise de campings existants situés dans un bel environnement, en les réhabilitant en camping nature.



Le concept de tente Huttopia affiche la volonté de revenir aux fondamentaux : la bonne vieille tente en nylon est remise au goût du jour tout en visant le confort maximal.

### L'innovation comme moteur de la stratégie marketing

**Voyageons-Autrement.com** ■ Les campings Huttopia SA jouissent d'une forte visibilité malgré le fait de ne pas recourir à un label. Ce choix est délibéré. En effet, les labels sont souvent ciblés soit sur une image verte dans la conception, soit sur une image technique en proposant différentes options d'équipement. Huttopia, après avoir étudié les labels de près, s'est rendu compte que sa démarche allait souvent beaucoup plus loin. Décision a donc été prise d'utiliser d'autres moyens que les labels pour communiquer sa philosophie et se faire connaître. L'entreprise mise sur le bouche à oreille ou sur les organes de communication (grands médias et internet) qui se font le relais des nouveaux types d'hébergement proposés. Un nouvel hébergement innovant suffit donc à alimenter le « buzz ». Huttopia utilise aussi un système de réservation sur internet. En 2011, ce système a permis d'effectuer 95 % des réservations en direct, avec internet en priorité, et une centrale de réservation.

## Horizons & Benchmark

### « Glamorous camping » ou « glamping » : un marché de niche ou un effet de mode ?

**France5.fr** ■ Après le camping, on parle désormais de glamping pour certains types d'hébergements haut de gamme. Des investisseurs, provenant du luxe, ont décidé de donner au camping une image plus chic, plus bobo. « Original Camping » est une marque française qui amène le luxe dans un milieu traditionnellement populaire. Elle propose des suites, lodges avec jacuzzi sur terrasse, peignoir et champagne en front de mer. Ici, « pas d'effervescence, pas de kermesse » mais calme et volupté destinés à un public de « néo-campeurs » qui n'a souvent jamais pratiqué le camping et qui découvre pour la première fois les délices de l'« hébergement de plein air ».

### Haut de gamme et « hôtels éphémères »

**Hospitality think tank, English Heritage** ■

La tendance des « hôtels éphémères » gagne également du terrain et l'engouement pour ces établissements mobiles ne cesse d'augmenter. Souvent constitué d'anciens containers et de tentes, les opérateurs compensent la simplicité de leur esthétique par leurs emplacements, dans des endroits inaccessibles aux hôtels traditionnels, par exemple sur les pelouses d'une résidence historique. Les opérateurs arrivent à séduire une clientèle habituée aux établissements les plus étoilés via la mise en place de services personnalisés dignes de l'hôtellerie haut de gamme et l'originalité de l'expérience proposée. Finalement, tout est une question d'expérience du client, et pas uniquement de qualité de literie.

### Offres adaptées à toutes les bourses et à tout public : jeunes, familles, seniors et inconditionnels

**Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air** ■

La Fédération française de camping et de caravaning (FFCC) se mobilise pour que le camping reste un mode d'hébergement accessible à tous. Depuis toujours le camping touche toutes les classes sociales, de l'ouvrier au cadre supérieur, et le campeur aime se retrouver sans étiquettes, tous égaux dans la nature ! Voici quelques exemples d'offres adaptées aux divers publics-cibles, que les opérateurs français cherchent à séduire par tous les moyens. Pour les jeunes qui ne peuvent pas partir en vacances, les camps Marabout en Bretagne proposent un terrain aménagé pour un accueil sous tente d'enfants mineurs à partir de 6 ans. Dans le Morbihan, un camping a créé une mini-ferme au sein de son établissement qui encourage les enfants comme les plus grands à venir découvrir la proximité avec les animaux de la ferme et à nouer des contacts avec eux, en toute sécurité. Un camping du Languedoc-Roussillon a développé une offre avec des animations réservées à un public senior. Des balades en péniche, la découverte de villages pittoresques, la dégustation de produits locaux ainsi que des soirées à thème sont organisés afin de satisfaire ce public attaché à la découverte du terroir et du patrimoine français. Quant aux inconditionnels, qui ont une opinion foncièrement élogieuse du camping, un camping en Dordogne a été spécialement aménagé pour proposer des offres réservées aux motards. Il met à disposition des lieux de parking adaptés, du matériel de mécanique et propose également des circuits adaptés pour découvrir la région.

### Les réseaux de distribution tentés par l'hôtellerie de plein air

**L'Echo touristique** ■

Longtemps snobée par les agences, l'hôtellerie de plein air commence à se faire une place. Les distributeurs s'intéressent de plus en plus aux campings, dont le succès ne se dément pas. Le Tour-Opérateur français Camping no 1 est désormais référencé par tous les grands réseaux de distribution. L'accord porte sur l'ensemble de l'offre, à savoir 1200 campings en Europe, dont un millier en France, exclusivement sur les produits locatifs, c'est-à-dire les bungalows et les mobil-homes. Ce sont les campings 4 et 5 étoiles avec de beaux équipements qui intéressent les agences. Les taux de commission tournent autour de 8 % pour la réservation d'un mobil-home et d'un bungalow. Le TO visait un volume d'affaires de plusieurs millions d'euros en 2013.

## Faits marquants

**2011** ■ **Le Camping de la Forêt des Mélèzes à Bonatchiesse** dans le Val de Bagnes a gagné en 2011 le 1<sup>er</sup> prix des ANWB awards aux Pays-Bas dans la catégorie « **The nicest small and charming campsite in Europe/de fraaiste kleine (charme) camping** », catégorie comptant 1628 campings contrôlés en Europe. Niché au cœur d'une forêt de mélèzes, à 1600 mètres d'altitude, le camping propose un hébergement dans un environnement préservé, sans électricité, mais avec des sanitaires. Le « Village Sioux » avec 6 tipis tout confort aménagés dans un recoin du camping, permet aux visiteurs de vivre une expérience poétique de retour à la nature.

**Août 2012** ■ **TCS Pods (« capsule » en anglais) : passer la nuit confortablement en pleine nature.** Ce mode d'hébergement, qui rencontre un franc succès en France, existe maintenant aussi en Suisse. Installés en pleine nature, 33 de ces logements en bois dont l'aspect rappelle des petits tunnels sont déjà disponibles sur huit campings TCS, de Genève jusqu'à Soleure, dont neuf sur le camping TCS à Sion. Les matériaux utilisés sont exclusivement naturels : ils sont fabriqués en bois massif et isolés avec de la laine de mouton. Le TCS déclare suivre ainsi l'évolution des comportements touristiques en matière d'hébergement, avec un retour à la nature et à l'essentiel, les matériaux recyclables répondant aux exigences du tourisme durable.



## Faits marquants

**Avril 2013 ■ Les campings suisses sont les plus chers d'Europe / rapport qualité-prix déterminant.** Les campings suisses sont les plus chers d'Europe, 56 francs en moyenne. A titre comparatif, la même prestation s'élève à 39 francs en France, 37 aux Pays-Bas et 34 en Allemagne. Le président de l'Association suisse des campings explique que les charges salariales, par exemple trois fois plus élevées au Tessin qu'en France, ainsi que la force du franc suisse, se répercutent sur le prix des places de camping helvétiques. En France, selon une étude conduite en 2013 par OpinionWay pour la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air, les motivations des campeurs sont relativement similaires. Près de 60 % évoque le rapport qualité-prix comme facteur déterminant. Viennent ensuite la convivialité, la proximité de la nature et la liberté que le camping procure.

**Chiffre d'affaires de TCS camping en légère baisse en 2012 par rapport à 2011.** Le secteur camping du TCS, leader suisse de la branche, a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires brut de 19 millions de francs, montant en légère baisse par rapport à l'exercice précédent (-1,6 %). Conséquence de la météo fraîche, les fêtes de Pâques 2012 ont été plutôt décevantes et la pluie du mois de juin a contribué au résultat mitigé de la saison de camping 2012, tout comme la force du franc suisse.

**8 avril 2013 / Nouvelle structure de prix au TCS camping.** Le TCS a adapté et simplifié sa structure des prix pour tenir compte des investissements et perfectionnements constants de ces dernières années. Les trois saisons ont été remplacées par une haute saison et une basse saison. L'accès wifi, l'électricité et l'élimination des déchets sont désormais compris dans le prix de base. Les membres du TCS bénéficient d'un rabais de 10 % (5 % jusqu'ici) sur tous les terrains de camping du TCS, de même que sur tous les logements loués, indépendamment de la saison.

**Juin 2013 ■ Le plus grand camping temporaire de Suisse.** Le plus grand camping temporaire de Suisse a été aménagé à Ipsach, sur les rives du lac de Biene, à l'occasion de la Fête fédérale de gymnastique 2013, une importante manifestation sportive populaire en Suisse. Le camping, conçu pour accueillir quelque 20 000 athlètes, a été aménagé dans le respect de normes environnementales strictes, avec la pose de 12 000 panneaux en bois destinés à protéger le sol. C'est un fait unique que de construire un si grand camping, avec tout l'équipement nécessaire, ont relevé les organisateurs.

**Octobre 2013 ■ Le camping et le caravanning sont très populaires en Suisse, comme le montre la 46<sup>e</sup> édition du Suisse Caravan Salon de Berne.** La venue de plus de 42 000 visiteurs constitue un record pour le salon et une augmentation de 16 % par rapport à l'année précédente. Au total, près de 300 exposants ont présenté plus de 1000 véhicules ainsi que tout ce qui a trait au tourisme mobile.

(\*) Liste non exhaustive / D'après les opérateurs et la presse professionnelle et économique



## Pour aller plus loin

### Comment avons-nous réalisé cette étude ?

#### Méthodologie

Afin de réaliser ce Focus, nous avons procédé à la collecte de données quantitatives et qualitatives auprès des institutions officielles fédérales, cantonales et locales, ainsi qu'auprès des professionnels du secteur en Valais et en Suisse.

#### Sources et qualité des données statistiques

Les séries statistiques utilisées sont les suivantes :

1. **Les données de l'Office fédéral de la statistique (OFS) extraites de la base de données sur la statistique hôtelière « HESTA ».** Le relevé des données pour la statistique des terrains de camping est une enquête exhaustive. Une pondération a lieu uniquement pour les réponses manquantes. Le taux de réponse pour 2012, établi mensuellement sur la base des terrains de camping ouverts, se monte à 96 % (contre 97 % l'année précédente). Précisons que l'OFS ne dispose que des informations sur les nuitées touristiques commerciales. Le nombre de nuitées dans les places résidentielles « permanentes » ne sont ainsi pas comptabilisées.
2. **Les données issues d'une enquête OVT** (Observatoire Valaisan du Tourisme) en ligne, menée auprès des exploitants de camping suisses en automne 2013. En raison du faible taux de réponse (n = 35) à l'enquête, l'échantillon n'est statistiquement pas représentatif. Les résultats de l'enquête OVT 2013 présentés ici n'ont donc qu'une valeur indicative.
3. **Les données de l'OVT** sur les statistiques de l'hébergement touristique parahôtelier en Valais

#### Sources d'information

Les principales sources de données bibliographiques utilisées pour réaliser cette étude sont listées ci-dessous :

- ATOUT France. Les Pays-Bas, un marché incontournable pour l'hôtellerie de plein air française, 2010, 91 p.
- Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air FNHPA. Le camping, des vacances pour tous ! Dossier de presse, 18 avril 2013.
- De nombreux articles parus dans « L'Echo Touristique » sur le « camping » ou l' « hébergement de plein air » à l'adresse [www.lechotouristique.com](http://www.lechotouristique.com).
- Revue Espaces no 311. Dossier spécial sur la « Structuration du secteur du camping » en France, mars-avril 2013, pp. 17-65.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Der Campingmarkt in Deutschland 2009 / 2010. Studie Nr. 587. [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de).
- Mandat de l'Institut de Tourisme ITO à Sierre, réalisé dans le cadre de R3, « Visions touristiques et de loisirs dans la plaine du Rhône », 2005.
- Observatoire Valaisan du Tourisme.

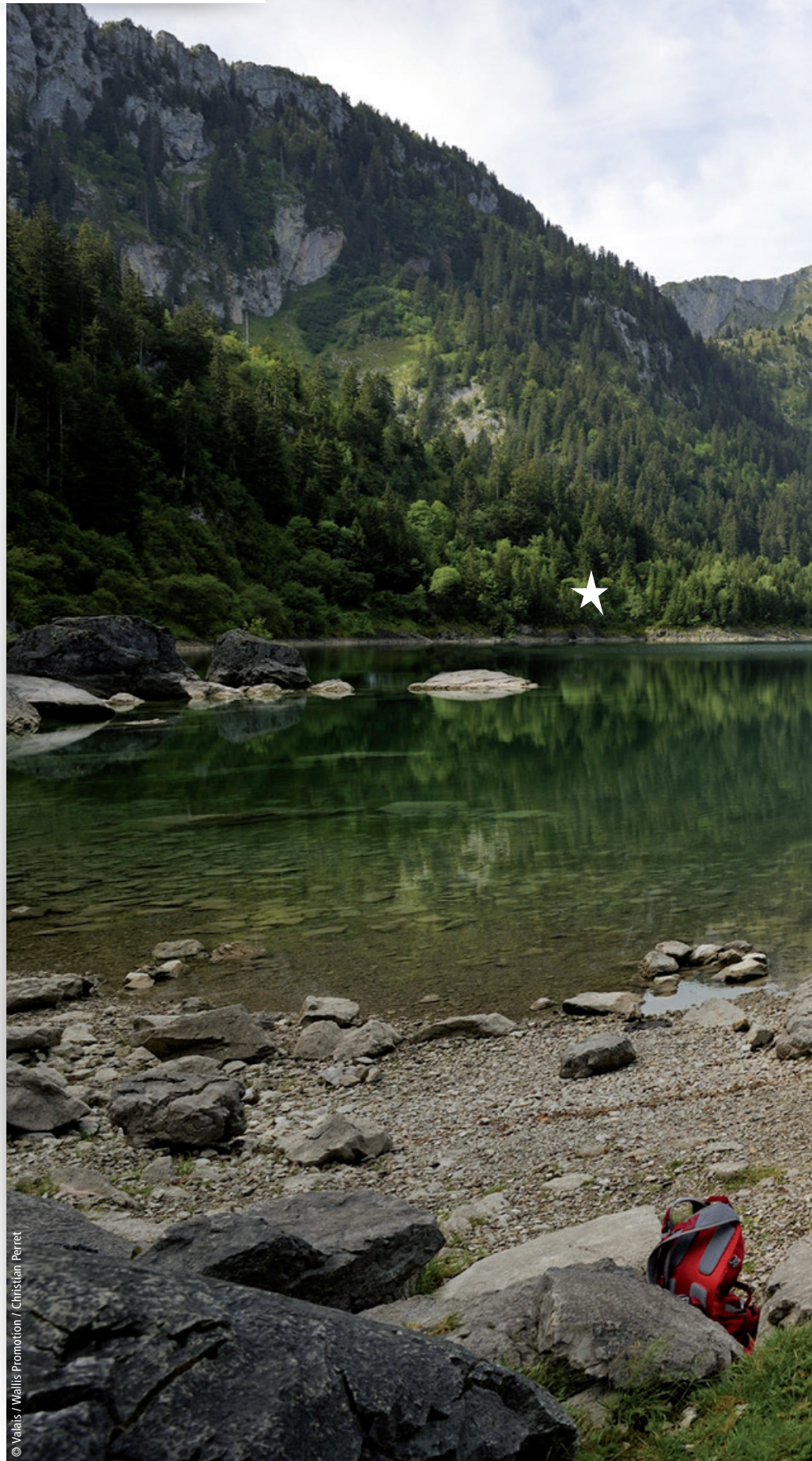
## Pour aller plus loin

### Remerciements

Nous remercions les exploitants de camping suisses qui ont accepté de partager des informations sur leur camping. Nous remercions en particulier M. Paul Schnidrig, président de l'association valaisanne des campings valaisans « Campings Valais-Wallis », et M. Mila Marker, président de l'association Swisscamps, association helvétique qui compte 150 membres

### Adresses utiles

Association valaisanne des campings « Campings Valais-Wallis »	<a href="http://www.campings.ch">www.campings.ch</a>
Association suisse des campings Swisscamps	<a href="http://www.swisscamps.ch">www.swisscamps.ch</a>
Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air (France)	<a href="http://www.fnhpa-pro.fr">www.fnhpa-pro.fr</a>



## Impressum

### Observatoire valaisan du tourisme

Technopôle 3

3960 Sierre

T +41 27 606 90 88

F +41 27 606 90 00

info@tourobs.ch

www.tourobs.ch

© Valais / Wallis Promotion / Christian Perret