



Communiqué de presse
Paris, le 3 avril 2024

Baromètre Tourisme Durable Edition 2024 :

Le tourisme responsable, une réalité pour les Français ?

Adeptes de la montagne, de la plage ou des grands espaces naturels, les Français restent attachés à la pause estivale puisque 3 français sur 4 prévoient de prendre la route des vacances cet été dont 57% en France. Mais alors que la baisse des émissions de CO2 est au cœur des enjeux pour limiter l'impact du réchauffement climatique, les Français sont-ils prêts à concilier cet été vacances et démarches écologiques ? Entre l'hébergement, le transport, les activités de loisirs, quels sont les gestes à adopter pour des vacances plus responsables ? Enfin, si l'été sera placé sous le signe des Jeux, l'évènement aura-t-il un impact sur l'organisation des vacances ?

Pour y répondre, Flower Campings, premier réseau de campings franchisés en France et acteur engagé en faveur d'un tourisme durable, dévoile les résultats de la 2^{ème} édition de son baromètre sur le tourisme durable 2024 réalisé en partenariat avec l'institut d'études Madeinvote¹.

Parmi les enseignements à retenir :

- Le concept de tourisme durable demeure flou pour une très large majorité des Français : **7 Français sur 10 voient vaguement ou pas du tout ce dont il s'agit**
- Plus de 8 Français sur 10 ne considèrent pas le tourisme durable comme une priorité et continuent de le reléguer au second plan dans l'organisation ou au moment des vacances
- **35% des Français manquent d'envie de changer leurs habitudes**, en hausse de +8 points vs 2023
- **89% des Français estiment que le tourisme durable est aussi cher**, voire plus cher que les offres de vacances dites traditionnelles
- **Le camping arrive en tête des hébergements collectifs** les plus compatibles avec un tourisme durable pour 58% des répondants.

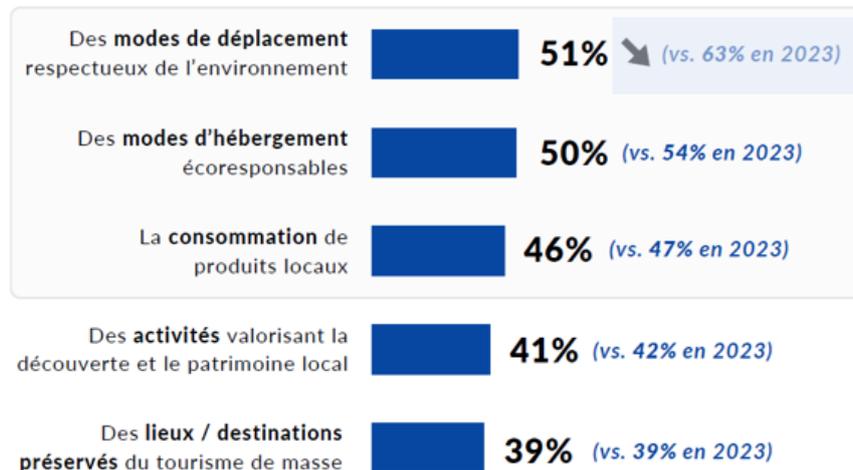
Le tourisme durable, un concept encore flou en 2024 malgré une légère progression notamment chez les plus jeunes

L'édition 2024 du baromètre révèle que le tourisme durable reste un concept encore flou pour une grande majorité de Français : **71% des sondés voient vaguement ou pas du tout de quoi il s'agit**, et ce, malgré les actions de sensibilisation portées par la filière en faveur d'un tourisme plus responsable. Toutefois, une légère progression de 4 points est à noter par rapport à 2023 puisqu'ils sont désormais 29% à voir très bien de quoi il s'agit contre 25% l'année dernière. **Ce chiffre monte à 37% chez les moins de 35 ans**, pour qui, le concept est toujours plus familier.

¹ Enquête réalisée par Madeinvote via Facebook et Instagram du 09 février au 26 février 2024 sur un échantillon de 1 000 Français(es) interrogés, âgés de 18 à 65 ans, représentatifs de la population française en termes de Sexe, Âge, CSP & Région.



Ce « flou » s'explique par la difficulté des sondés à identifier les gestes et actions à prioriser en faveur d'un tourisme plus responsable.



Le tourisme durable, une priorité ?

Huit Français sur 10 ne considèrent pas le tourisme comme une priorité et continuent de mettre au second plan la dimension durable dans l'organisation ou pendant leurs vacances.

Pour preuve, 22% des sondés envisagent de partir à l'étranger cet été et 58% à plus de 400 km de chez eux. Enfin, 1 Français sur 2 entend utiliser la voiture essence / diesel pour se rendre en vacances.

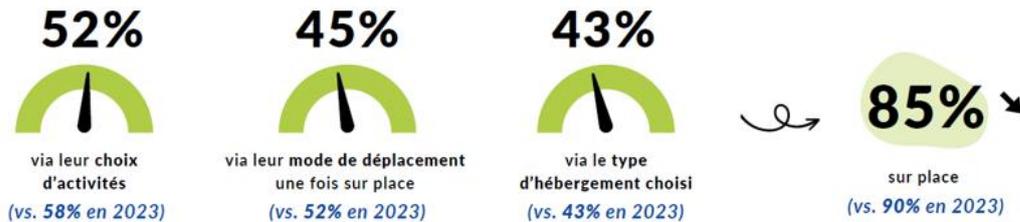
Les 3 raisons qui expliquent que le tourisme durable ne soit pas une priorité :

- **Un manque d'envie de changer ses habitudes** : Si le manque d'information constitue toujours la principale raison pour les Français de ne pas considérer la dimension durable dans le choix de leurs vacances (39% vs 46 % en 2023), c'est **le manque d'envie de changer leurs habitudes qui s'affirme** cette année (35 % vs 27 % en 2023) suivi de tarifs inadaptés (21 % vs 24 % en 2023).
- **Une perception prix négative** : Le prix reste un facteur déterminant dans l'organisation des vacances. À ce titre, **près de 9 Français sur 10 estiment que le tourisme durable est aussi cher, voire plus cher que le tourisme dit traditionnel**. Ce sentiment déjà fort en 2023 en raison de l'inflation (84%) se renforce en 2024 – en hausse de 4 points.
- **Le train, un mode de transport qui ne répond toujours pas aux attentes et besoins des Français** : seuls **12% des sondés prévoient de prendre le train** pour partir en vacances cette année. Si le besoin d'autonomie sur place est d'abord invoqué par 54% des répondants, **le prix des billets est également cité** (pour 37% des répondants) notamment chez les moins de 35 ans (43%).



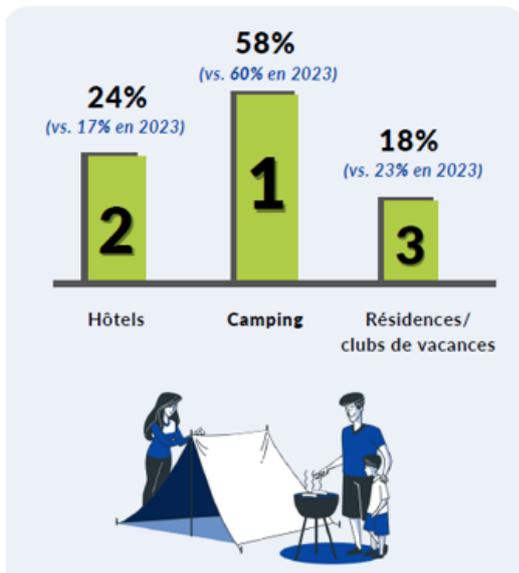
Le tourisme durable, un concept davantage adopté sur le lieu des vacances

Si parmi les Français qui prendront en compte le tourisme durable cet été, 67% déclarent qu'ils intégreront cette dimension en amont de leurs vacances (un pourcentage en hausse de +5 pts vs 2023), la notion de tourisme responsable reste principalement appliquée sur place pour 85% des répondants :



Au global plus de la moitié des Français (56%) **accordera de l'importance à la dimension écoresponsable dans le choix de ses loisirs**. Ce qui passera notamment par le respect de la faune et la flore (69%) et la découverte du patrimoine local (53%).

Le camping, une offre adaptée au tourisme durable



Le camping reste largement en tête des hébergements collectifs les plus compatibles avec un tourisme durable (58%) devant les hôtels (24%) et les résidences / clubs de vacances (18%).

Et si les Français estiment que les hébergeurs mettent nettement mieux en avant leurs actions écoresponsables (55% vs 36% 2023), ils ne sont cependant, que 16% (comme en 2023), à les mettre véritablement en application pour limiter l'impact de leur séjour une fois sur place.

« Plébiscité par de nombreux Français chaque année, le camping possède de nombreux atouts en matière de vacances plus responsables » commente **Olivier Kiehl, Directeur général de Flower Campings**. « Cette approche est d'ailleurs au cœur de l'ADN des campings du réseau Flower Campings depuis plusieurs années à travers nos emplacements géographiques éloignés, pour certains d'entre eux, des grandes zones touristiques, nos équipements à faible consommation d'énergie mais aussi nos actions pour préserver les ressources naturelles et favoriser l'économie locale. Les résultats du baromètre confortent le bien – fondé de notre modèle et du rôle à jouer pour sensibiliser les Français dans l'adoption d'un tourisme toujours plus durable ».



Jeux de Paris et tourisme durable sont-ils compatibles ?

Alors que le pays accueillera cet été les prochains Jeux, **plus de la moitié des Français (52%)** considèrent que l'organisation et la tenue de cette manifestation sportive ne sont pas du tout compatibles avec un tourisme durable.

Ainsi, **un Français sur 3 estime que l'évènement va le contraindre à modifier l'organisation** de ses vacances d'été. Un impact d'autant plus notable pour les habitants d'Ile-de-France (43%) et les moins de 35 ans (46%).

Enfin, 48% des Français privilégieront des vacances loin des villes hôtes des compétitions voir décaleront leur date de vacances (39%).

Le tourisme durable, définition :

Selon [l'ONU Tourisme](#), le tourisme durable tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil.

À propos de Flower Campings

Leader des chaînes de camping en nombre de sites avec 20 campings, 4 aires de camping-car exploités en propre (2 000 emplacements) et un réseau de 131 campings franchisés à taille humaine, Flower Campings est un acteur incontournable dans le secteur de l'hôtellerie de plein air en France. Situés au cœur des régions à la mer, à la montagne et à la campagne, les campings Flower proposent un large choix d'hébergements tout équipés allant de l'emplacement nu aux mobil-homes, en passant par l'habitat toilé, le bungalow toilé, la cabane lodge ou le chalet, ainsi que des espaces végétalisés, aérés et respectueux de l'environnement local.

Contacts presse :

Agence Maarc

- Ando Razakarisoa, Consultant senior
ando.razakarisoa@maarc.fr | +33 (0)6 61 84 78 55
- Victoria Bareille, Directrice conseil
Victoria.bareille@maarc.fr | +33 (0)6 70 73 01 73

Groupe Odalys

- Raphaël Sallerin, Directeur des Relations Publiques – RSE et Communication
sallerin.r@odalys-vacances.com | +33 (0)6 09 76 70 76