

RÉSULTATS D'ÉTUDE

---

Odalys  
GROUPE



**BAROMÈTRE**  
**TOURISME DURABLE**  
**2023**



# À propos

---



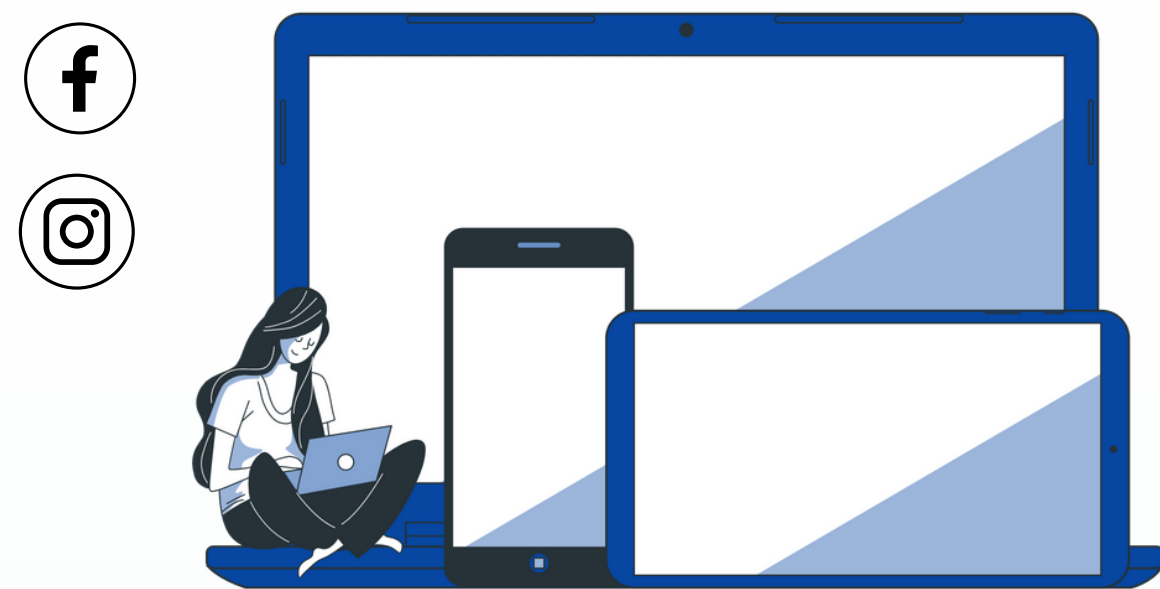
Leader des chaînes de camping en nombre de sites avec 10 campings, 4 aires de camping-car exploités en propre (2 000 emplacements) et un réseau de 120 campings franchisés à taille humaine, **Flower Campings** est un acteur incontournable dans le secteur de l'hôtellerie de plein air en France. Situés 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.



Acteur incontournable sur le marché de l'hébergement touristique en Europe avec les marques **Odalys Vacances** (résidences de tourisme) et **Flower Campings** (campings mobil-homes), le **Groupe Odalys** est aussi reconnu pour son expertise métier sur le marché de l'hébergement géré urbain avec les marques Odalys City (appart'hôtels), Odalys Campus (résidences étudiantes) et Happy Senior (résidences seniors non médicalisées). Soit plus de 200 établissements et 65 000 lits en gestion en France et à l'international. Également syndic à travers sa filiale SGIT Gestion, prestataire de services de conciergerie, promoteur immobilier et agence immobilière sur certaines destinations via Odalys Invest, le Groupe Odalys a récemment élargi ses activités à la vente de mobil-homes résidentiels sous sa marque Odalys Plein Air, passant définitivement du statut d'hébergeur à celui d'acteur multi-métiers.

# Méthodologie

---



Enquête réalisée par Madeinvote  
via Facebook et Instagram  
du 30 mars au 07 avril 2023



**1 000 Français(es) interrogés, âgés de 18 à 65 ans,**  
**représentatifs de la population française en**  
**termes de Sexe, Âge, CSP & Région**

## À propos de Madeinvote

Fondé en 2016 par Guillaume David, Madeinvote est l'institut d'études de référence dans la récolte d'opinions des citoyens et consommateurs via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Tik Tok...). Grâce aux insights authentiques récoltés, Madeinvote analyse et fournit des rapports dynamiques et filtrables clé-en-main, offrant une compréhension inédite d'un marché.

# Les 5 paradoxes des Français envers le tourisme durable et pistes d'actions

---

Si près **d'un Français sur deux** sur se dit **concerné par les enjeux du tourisme durable**, les résultats de l'étude révèlent pourtant que... :

- ... **le concept demeure flou pour la majorité d'entre eux ;**
- ... **changer ses habitudes reste un frein ;**
- ... **la voiture thermique continue d'être le principal moyen de transport ;**
- ... **les vacances ne sont pas un moment plus propice à l'écoresponsabilité ;**
- ... **les informations sur les démarches écoresponsables des professionnels du tourisme sont insuffisantes**

Ce pourquoi, plusieurs leviers d'actions sont à la main des professionnels du tourisme pour ancrer davantage le tourisme durable dans les réalités des vacances des Français.



## PARADOXE #1

# 1. Les français disent prendre en compte le tourisme durable dans l'organisation de leurs vacances... mais ce concept demeure flou pour une majorité d'entre eux

Si les Français sont **de plus en plus nombreux** à se déclarer **concernés par les enjeux environnementaux**

... la notion de tourisme durable demeure cependant **un concept encore flou** pour eux aujourd'hui.



# 46%

des Français disent **prendre en compte la dimension durable** lors de leurs vacances



# 76%

voient **vaguement (38%)** ou **pas du tout (38%)** de quoi il s'agit

 Le "tourisme durable", un **concept plus familier** chez...

**LES MOINS DE 35 ANS** <sup>+</sup>

# 76%

en ont déjà entendu parler  
(vs. 62% en moyenne)



# 31%

voient très bien de quoi il s'agit  
(vs. 25% en moyenne)

**LES HABITANTS DES GRANDES VILLES\*** <sup>+</sup>

# 69%

en ont déjà entendu parler  
(vs. 62% en moyenne)



# 31%

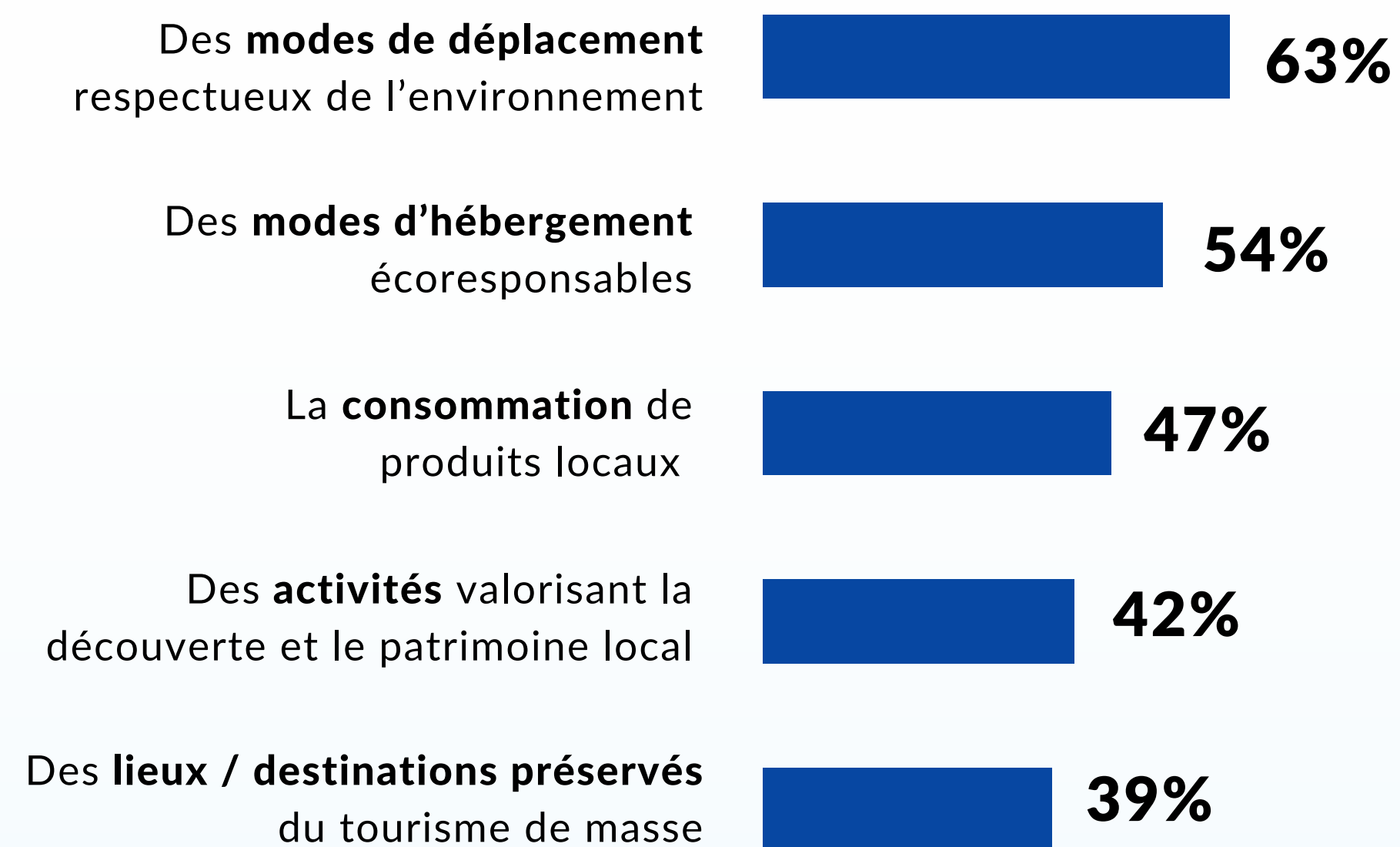
voient très bien de quoi il s'agit  
(vs. 25% en moyenne)

\*Plus de 100 000 habitants

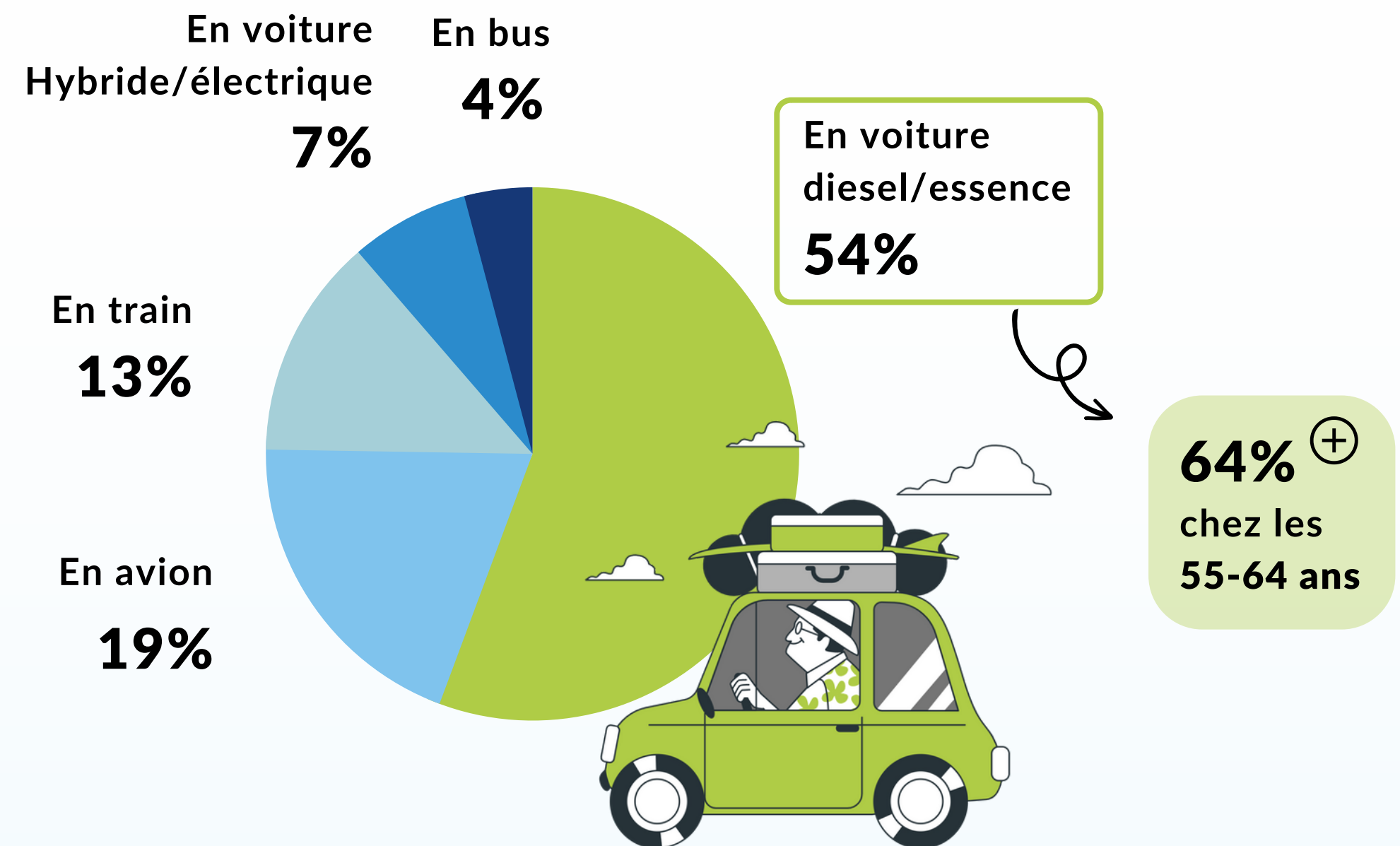
## PARADOXE #2

# 2. Si le mode de transport est déclaré comme le levier le plus important d'un tourisme durable... les Français ne sont pas prêts à changer leurs habitudes de mode de déplacement

Pour les Français, la **dimension durable** englobe principalement...



Comment se **déplacent** les Français pour rejoindre leur destination de vacances cet été ?



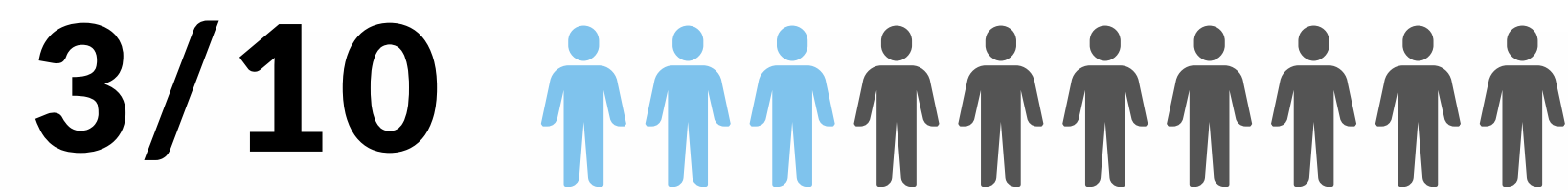
Si les **modes de déplacement** sont perçus comme le **1er levier d'un tourisme durable** par une majorité des Français interrogés, ils sont cependant **54%** à déclarer continuer à utiliser leur voiture thermique pour rejoindre leur destination de vacances cet été.

La **prise en compte du tourisme durable** est principalement **adoptée une fois sur le lieu des vacances** et non en amont pendant les déplacements.

### PARADOXE #3

# 3. Les Français disent partir moins loin pour des questions environnementales, alors que la prise en compte de la dimension durable se fait plutôt pour les activités sur place

Même si les Français déclarent être **partis moins loin** ces dernières années pour des **questions environnementales...**



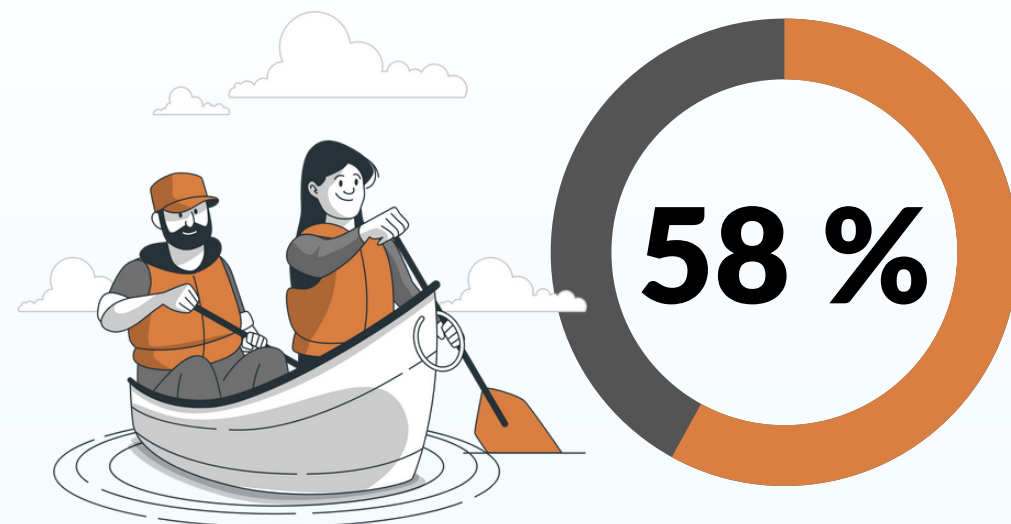
des Français déclarent être **partis moins loin** ces dernières années pour des questions environnementales



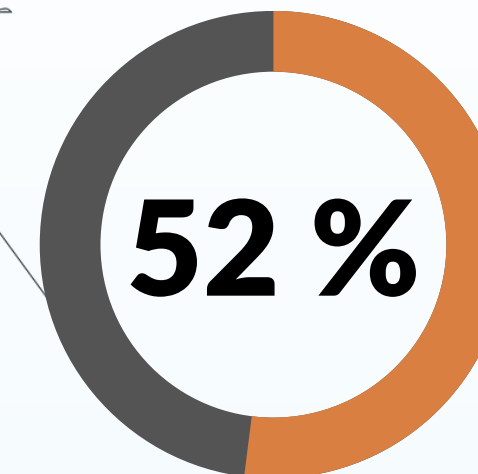
**43%** <sup>+</sup>  
chez les moins  
de 35 ans



**...la prise en compte de cette dimension durable** dans leurs vacances se réalise plutôt **une fois arrivés sur place.**

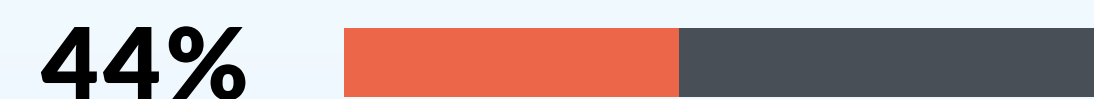


via leur **choix d'activité**

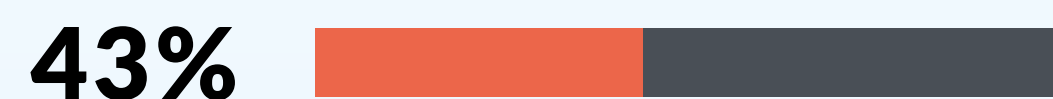


via leur **mode de déplacement** adopté sur place

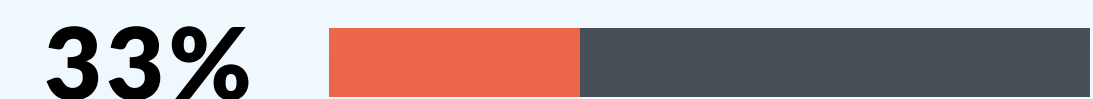
En amont du voyage, **moins d'un Français sur 2** prend réellement ces questions en compte :



via la **destination** choisie



via le **type d'hébergement** choisi



via le **transport utilisé** pour se rendre sur place

## PARADOXE #4

# 4. Bien que l'impact du tourisme sur l'environnement soit de plus en plus mis en avant... les Français n'y sont pas plus sensibles en vacances que pendant le reste de l'année

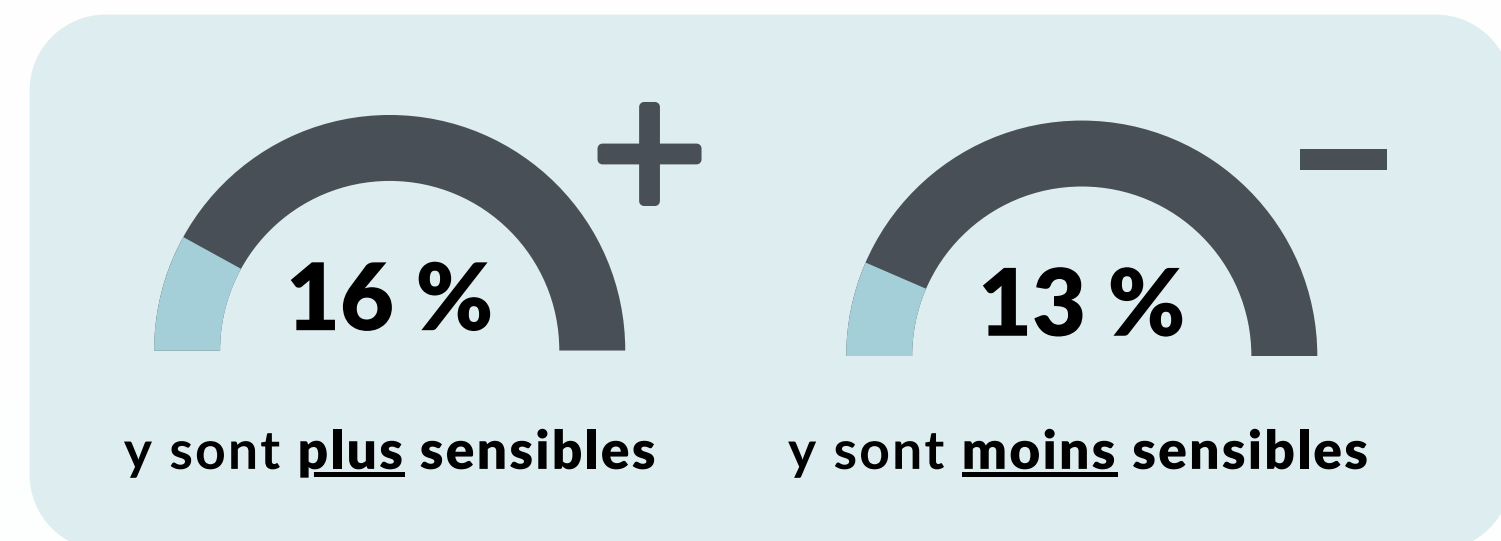
Les Français ne sont **ni plus ni moins sensibles** à la préservation de l'environnement **durant leurs vacances par rapport au reste de l'année**



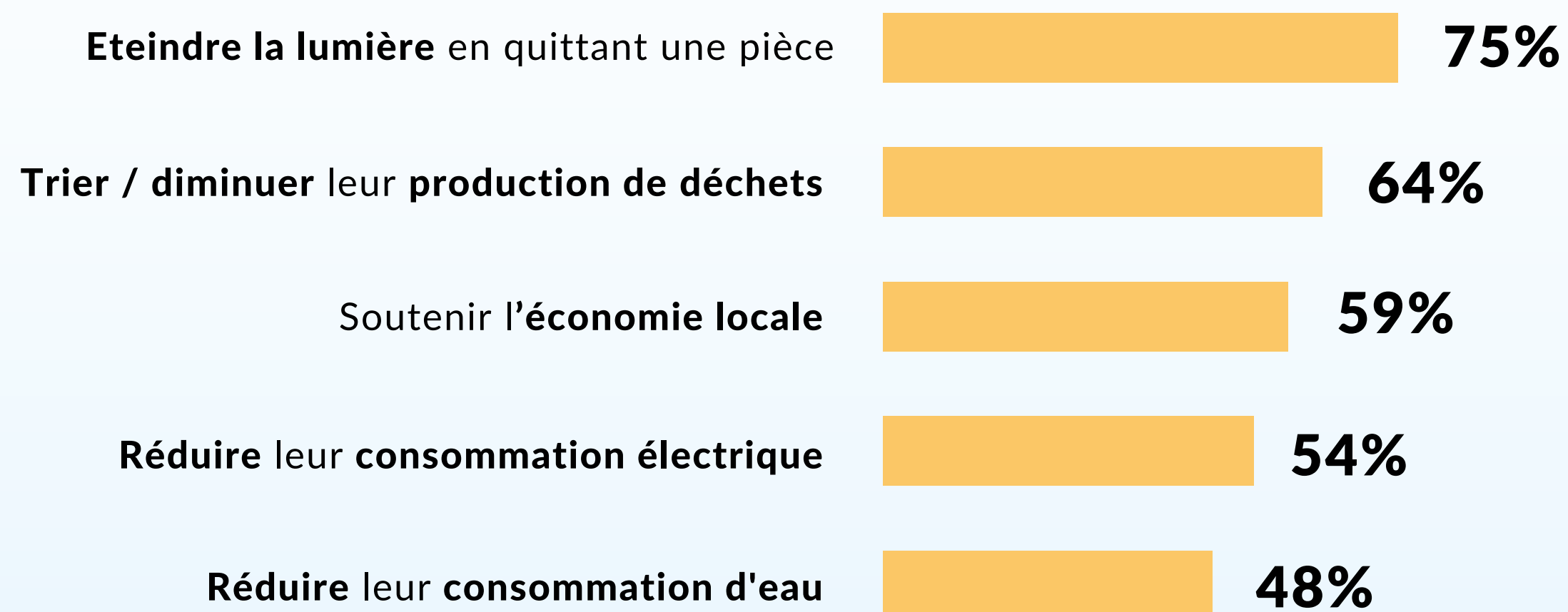
# 7/10

des Français affirment être aussi sensibles à la préservation de l'environnement **durant leurs vacances que le reste de l'année**

VS.



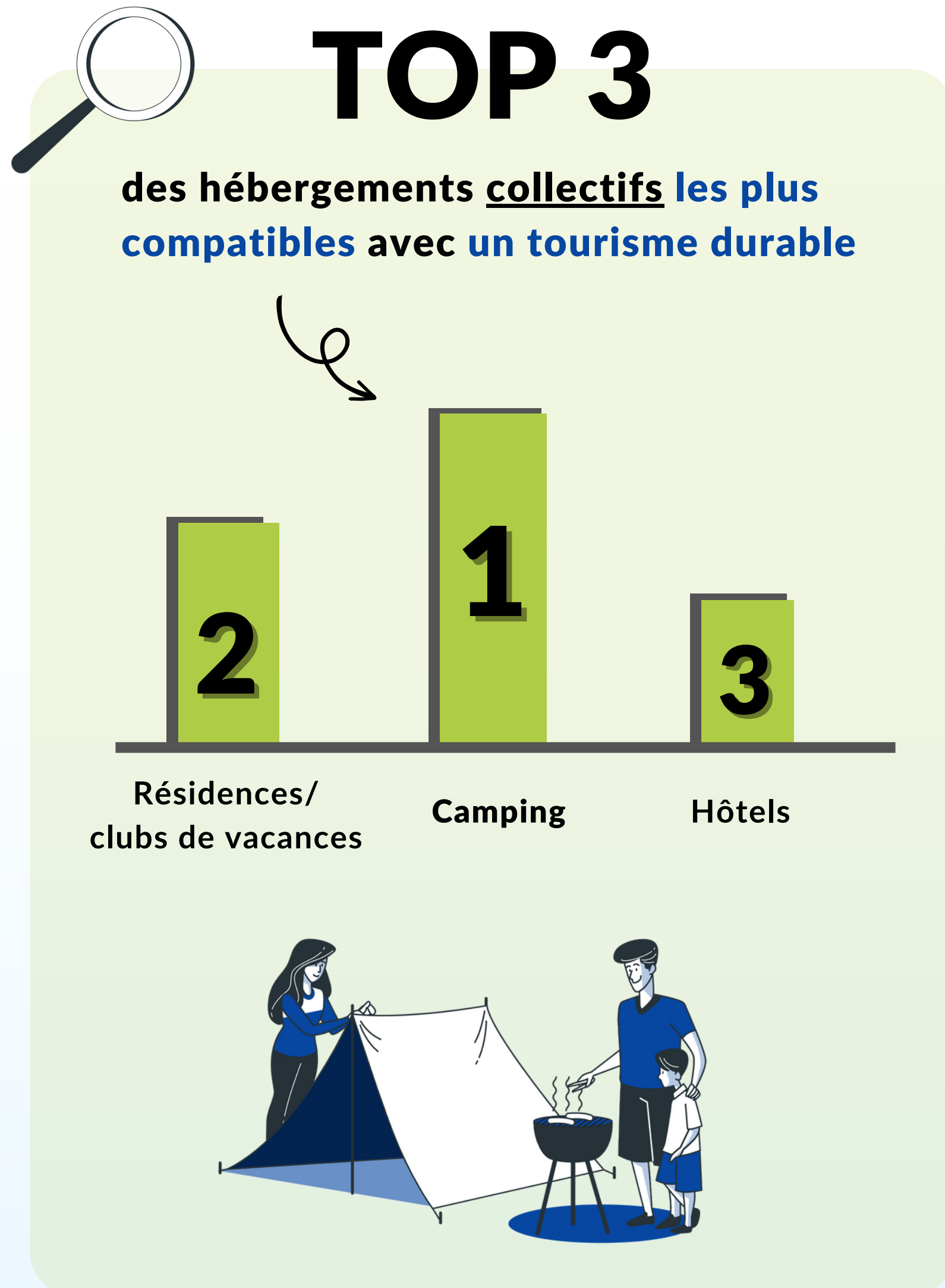
... et ils adoptent durant leurs vacances **les mêmes gestes écoresponsables qu'au quotidien** :





## PARADOXE #5

# 5. Des hébergeurs légitimes et mobilisés pour défendre un tourisme plus durable ... mais un vrai manque d'information à destination des Français demeure



Parmi les différentes actions portées par les hébergeurs en faveur d'un tourisme plus durable, les Français déclarent valoriser prioritairement :

- 66% Le recyclage des déchets
- 56% La gestion de l'eau
- 56% La consommation en circuit court
- 51% La sobriété énergétique
- 47% Les actions en faveur de la biodiversité
- 42% La politique environnementale
- 41% La possibilité de pratiquer des activités respectueuses de l'environnement



Pour autant, bien qu'ils soient nombreux à accorder une importance aux actions environnementales des hébergeurs, la majorité estime qu'elles sont **peu identifiables et valorisées**.

59%



des Français disent accorder de l'importance aux actions des hébergeurs en faveur de l'environnement



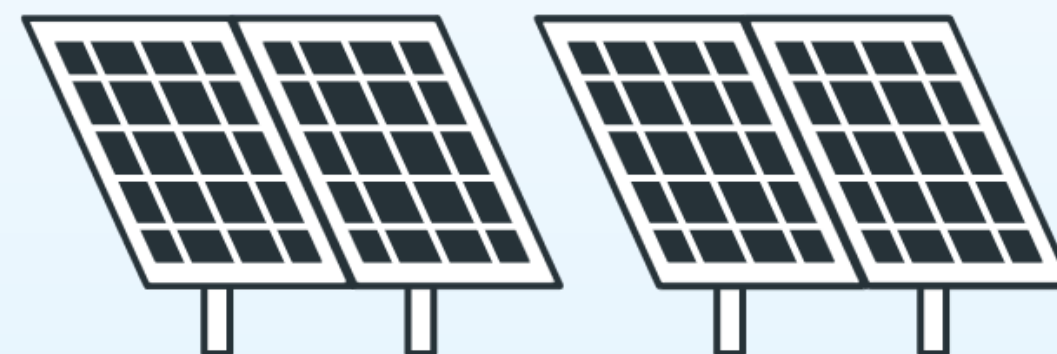
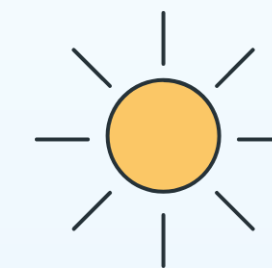
74%<sup>+</sup>  
chez les moins de 25 ans



64%<sup>👁️</sup>



jugent qu'elles sont insuffisamment mises en avant



# Quelles pistes pour engager plus largement les Français sur la voie de la durabilité pendant leurs vacances ?

---

1/2

## REPENSER LES DÉPLACEMENTS FERROVIAIRES ET L'INTERMODALITÉ :

- 👉 Les déplacements en voiture restent préférés par les Français, contribuant aux émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme.
- 👉 Seulement 13% des Français envisagent le train comme moyen de transport
- 👉 Ceux qui ne l'envisagent pas lui reprochent principalement son manque de flexibilité/praticité (67%) plutôt que le coût des billets (34%). 34% regrettent aussi qu'il n'y ait pas de gare à proximité de leur lieu de vacances envisagé.

### Pistes d'action :

- Réaménager les rames pour permettre aux familles de voyager plus confortablement avec leurs valises et vélos.
- Mettre en place des navettes (bus électriques, vélos cargo) assurant le transfert des vacanciers entre la gare et le lieu où ils séjournent.
- Sensibiliser davantage les voyageurs sur l'impact carbone de leurs déplacements selon les modes de transport privilégiés.

## DÉVELOPPER L'INFORMATION ET LA LISIBILITÉ DES LABELS :

- 👉 71% des Français sont sensibles aux labels environnementaux, mais seulement 5% peuvent en citer un spontanément.
- 👉 Les vacanciers attendent des outils concrets des professionnels du tourisme pour adapter leurs pratiques et comprendre l'impact de leurs choix.

### Pistes d'action :

- Valoriser les engagements en faveur du tourisme durable sur les sites des professionnels du tourisme.
- Faire connaître les actions et les engagements quotidiens en matière de durabilité sur les plateformes de revente.
- Proposer des critères de sélection objectifs aux clients dès la préparation de leur séjour.

# Quelles pistes pour engager plus largement les Français sur la voie de la durabilité pendant leurs vacances ?

---

2/2

## PROPOSER DES HÉBERGEMENTS ÉCO-RESPONSABLES ET RESPECTUEUX DE LEUR ENVIRONNEMENT

- 👉 Les vacanciers sensibles au tourisme durable **privilégient les hébergements à taille humaine, bien intégrés au paysage et engagés dans la préservation de l'environnement.**
- 👉 **Gérer l'eau de manière responsable, trier les déchets, offrir une restauration avec des produits bio et locaux, et utiliser un éclairage écologique** sont des actions attendues.

### Pistes d'action :

- **Mettre en avant les actions** de gestion de l'eau, de tri des déchets, d'offre de restauration bio et local, et d'éclairage écologique dans les hébergements.
- **Valoriser l'environnement naturel des habitats** en favorisant la végétalisation, le respect de la biodiversité et les modes de circulation douce (déploiement de pistes cyclables, entrées vélos et piétons distinctes de celles des voitures).

## VALORISER LE DÉVELOPPEMENT D'UNE OFFRE TOURISTIQUE ÉLOIGNÉE DES ZONES TROP DENSES

- 👉 La sur-fréquentation menace l'équilibre de certaines destinations touristiques.
- 👉 Il est essentiel **d'encourager les Français** à choisir **des destinations de proximité éloignées des zones touristiques denses** pour **réduire l'empreinte environnementale** du tourisme.

### Pistes d'action :

- **Promouvoir des offres de séjours intégrées aux territoires**, mettant en avant une nature intacte et plus sauvage.
- **Sensibiliser les vacanciers aux avantages des destinations moins fréquentées** et à la préservation de la nature.
- **Développer des initiatives touristiques durables** en partenariat avec les **acteurs locaux**.
- **Investir** dans l'infrastructure et les services des destinations **moins fréquentées**.
- **Collaborer avec les médias, les organismes de promotion et les plateformes de voyage** pour promouvoir activement ces destinations de proximité.



## **Johanna Ambil**

Directrice Marketing  
Stratégie et RSE  
Groupe Odalys



*Premier hébergeur de la clientèle estivale avec 136 millions de nuitées à l'été 2022 (+7,5% vs 2021) selon l'Insee, en tête des hébergements collectifs les plus compatibles avec un tourisme durable, le camping a toute sa place pour engager plus en avant les Français sur la voie de la durabilité pendant leurs vacances*

*... À l'image des 120 campings Flower Campings, leader des chaînes d'hôtellerie de plein air franchisées en France, qui invitent leurs clients à préférer des destinations éloignées des zones touristiques à la fréquentation dense, à vivre au plus près de la nature dans des hébergements sur-mesure avec ou sans tente et à séjourner dans des campings engagés aux côtés des acteurs du tourisme local.*



*Cette étude démontre bien la place grandissante que prend l'écologie dans notre quotidien. Certes, la notion de tourisme durable est encore floue dans l'esprit de la majorité des Français, mais ces derniers font preuve de bonne volonté.*

*Ils adoptent déjà de nombreux gestes en faveur de la préservation de l'environnement dans leur vie de tous les jours, qu'ils ne délaissent pas au moment de leurs vacances. Ils font évoluer leurs pratiques, une fois sur place, en optant pour des activités ou des modes de déplacements plus écoresponsables.*

*La prise en compte du tourisme durable est cependant moins forte en amont des vacances, et particulièrement dans le choix des modes de transports pour se rendre sur son lieu de vacances. Un travail de sensibilisation doit donc continuer à être mené en la matière, notamment par les hébergeurs qui ont toute la légitimité nécessaire.*



**Odalys**  
GROUPE



[sallerin.r@odalys-vacances.com](mailto:sallerin.r@odalys-vacances.com)