



Toulouse, le 25 août 2025

Communiqué de presse :

LES GRANDES TENDANCES DE L'ETE 2025 SELON FLOWER CAMPINGS

Confirmant l'attrait des Français pour l'hébergement de plein air, les 135 campings du réseau Flower Campings, 1^{er} réseau de campings indépendants en France, ont enregistré des résultats en nette hausse par rapport à l'an dernier.

Le nombre de nuitées réservées a progressé de plus de 10%, avec une hausse encore plus forte sur les régions Bretagne et Hauts de France observée dès la période de canicule de fin juin 2025 ayant conduit de nombreux vacanciers à réserver dans ces régions en dernière minute.

Si le bilan de l'été enregistré par les adhérents Flower Campings confirme le fort attachement des Français pour le camping, il témoigne également de comportements de consommation qui évoluent. Le prix, premier critère guidant le choix de destination des Français (39%) ainsi que le climat (35%) ont en effet conduit de nombreux vacanciers à réserver plus tôt pour bénéficier de tarifs préférentiels, à séjourner moins longtemps et prioritairement en aile de saison, et à privilégier des destinations moins exposées par les pics de canicule.

Les 4 grandes tendances de l'été :

1. Un engouement des Français pour le camping qui ne se dément pas

Les 135 campings du réseau Flower présents dans toute la France ont enregistré un taux d'occupation en augmentation de 3 pts sur l'ensemble de la saison été 2025 vs 2024 (+4 pts dans les campings situés en bord de mer). Un pourcentage en progression de +4 points pour les hébergements locatifs (mobil-homes...) en juillet et août.

Une progression supérieure de 1 point à la tendance communiquée par la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air – FNHPA (une augmentation des réservations de +2pt cet été).

En termes de chiffre d'affaires, l'ensemble des campings Flower Campings a enregistré un chiffre d'affaires en hausse de +7% à périmètre constant sur la saison par rapport à l'an dernier, tendance identique que ce soit sur les locatifs ou les emplacements nus.

La répartition entre la clientèle française (73%) et étrangère (27%) reste pour sa part inchangée.

Top 3 des clientèles étrangères :

- Hollande
- Allemagne
- Royaume-Uni et Belgique

2. la météo impacte de plus en plus fortement les vacanciers dans le choix de leur destination... notamment en dernière minute

Le pic de canicule qui a touché l'ensemble de la France fin juin-début juillet a boosté la fréquentation des campings situés en Bretagne, dans les Hauts de France et dans les Pays de la Loire qui ont enregistré en juillet une hausse de +7 points.

Un bond des fréquentations boosté également par l'impact de l'opération assurance météo lancée par la Marque au mois de mai et garantissant jusqu'à 50% de compensation en cas de mauvaise météo.

La clientèle étrangère a notamment été plus nombreuse à séjourner en juin et juillet vs l'an dernier, et à privilégier les destinations du Nord et de l'Est de la France à la région Sud.

3. Une hausse des réservations early booking

Sur les hébergements locatifs, on note cette année une anticipation plus marquée dans la réservation des séjours de nos clients ainsi qu'un lissage de celles-ci tout au long de la saison. A titre d'exemple les réservations effectuées en février ont nettement augmenté vs l'an dernier et concernent aussi bien des séjours 'haute saison' que les mois de mai, juin ou septembre. L'avant et arrière-saison ayant d'ailleurs bénéficié d'une forte hausse de fréquentation cette année (+14% vs l'an dernier).

Même sur les emplacements nus, traditionnellement réservés en dernière minute, on observe une anticipation de la réservation sur le mois précédent le séjour.

Une tendance globale donc, qui s'explique par le souci de bénéficier de tarifs préférentiels.

4. Une hausse des courts séjours et des réservations sur l'arrière-saison

Le nombre de séjours de 2-3 nuits a progressé de 2pt sur un an. Profitant des ponts de mai et juin, ainsi que des offres sur l'arrière-saison. Plus largement les réservations effectuées pour le mois de septembre sont en progression de +9% et cette bonne tendance semble se poursuivre.

Aymeric Drujon d'Astros, Directeur Général de Flower Campings : « Dans un été marqué par une météo changeante et une forte sensibilité au prix, le camping confirme sa place de choix auprès des Français. Le succès de nos 16 000 emplacements, dont 7 500 emplacements nus, témoigne d'un vrai besoin de nature, de liberté et d'accessibilité. Chez Flower, cette demande trouve un écho dans des campings à taille humaine, authentiques et engagés. »

À propos de Flower Campings

Leader des chaînes de camping en nombre de sites avec 21 campings exploités en propre et un réseau de 113 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 plus de 16 000 emplacements 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. Chaque année, le réseau Flower Campings accueille plus de 550 000 clients soit l'équivalent de plus de 3 millions de nuitées.

Communication

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

flowercamping.com