

Les Rencontres de l'Hôtellerie de plein air : Les défis de demain

Uzerche - 9 octobre 2026



Bienvenue

à tous



Agnès AUDEGUIL



Annick MORIZIO



Alice DEHUREAUX



Michel CHARLOT



Sébastien BUFFET



Mairie Uzerche

Nous sommes ravis d'accueillir la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air et de vous retrouver pour cette rencontre privilégiée.

Ensemble, construisons un tourisme de plein air durable et performant en Limousin.

PROGRAMME

de la journée

10h15 - Panorama de l'hôtellerie de plein air

Le camping en France et en Limousin : chiffres clés et grandes tendances

10h45 - Deux temps en parallèle

- Élus : Quel avenir pour mon camping communal ?
- Propriétaires & gestionnaires : L'IA au service de la performance des campings

12h00 - La Fédération au service des campings

Présentation de son accompagnement et de ses services

12h30 - Déjeuner convivial

14h00 - Table ronde : Relever le défi climatique

Anticiper les aléas et adapter les campings au changement climatique

15h00 - Table ronde : Se différencier pour mieux exister

Visibilité, expérience client, fidélisation et positionnement Déroulé-invitation-av intervena...

16h30 - Clôture de la journée



PANORAMA

**de l'hôtellerie de plein air
en Limousin**

L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR REPRÉSENTE 35 % À 50 % DE LA CAPACITÉ D'ACCUEIL MARCHANDE DES 3 DÉPARTEMENTS

Avec 249 campings (< 2 % de l'offre de Nouvelle-Aquitaine), l'hôtellerie de plein air constitue le premier mode d'hébergement touristique marchand en Limousin.

LIMOUSIN
249 campings
10 687
emplacements

Capacité marchande dominante

35 à 50 % de l'offre marchande selon les départements

CORRÈZE
118 campings
6 120 emplacements

47 % du nombre de camping en Limousin

Locomotive touristique :
57 % des emplacements du Limousin

CREUSE
65 campings
2 050
emplacements

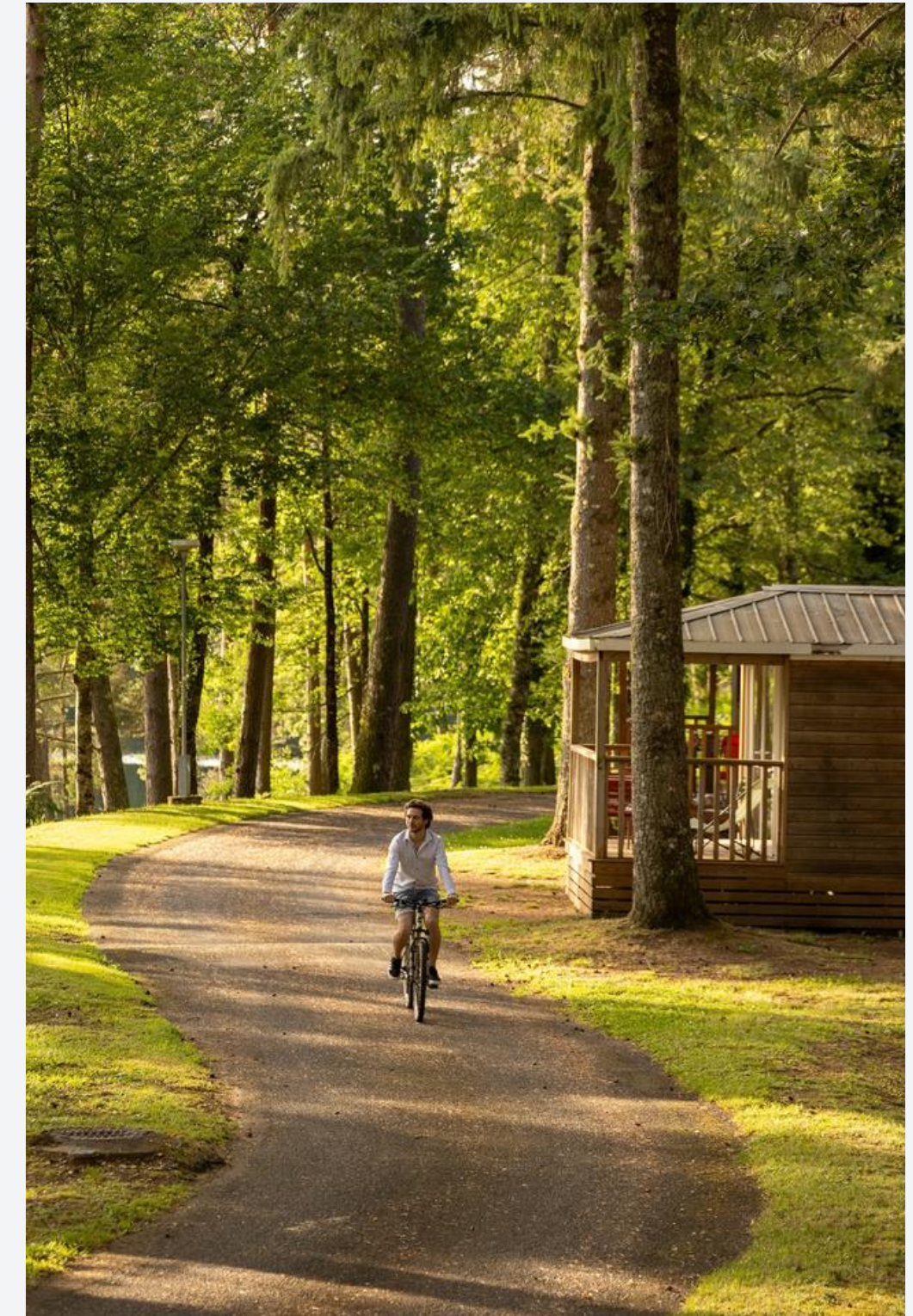
26 % du nombre de camping en Limousin

Parc plutôt nature : camping traditionnel et micro-structures, peu d'opérateurs nationaux

HAUTE-VIENNE
66 campings
2 517 emplacements

27 % du nombre de camping en Limousin

Une offre qui se contracte avec des plus petits établissements. Un parc classé davantage orienté vers le haut de gamme.



LES NUITÉES BONDISSENT DE +45 % SUR 10 ANS MALGRÉ UN NOMBRE D'EMPLACEMENTS STABLE (+1 %)

Territoire	Campings 2015	Campings 2025	Empl. 2015	Empl. 2025	Nuitées 2015	Nuitées 2025
Creuse	64	65	1 954	2 050 (+4,9%)	128 628	195 410 (+51,9%)
Corrèze	111	118	5 858	6 120 (+4,5%)	483 761	721 227 (+49,1%)
Haute-Vienne	67	66	2 805	2 517 (-10,3%)	195 602	255 385 (+30,6%)
LIMOUSIN	242	249 (+2,9%)	10 617	10 687 (+0,7%)	807 991	1 172 022 (+45,1%)

Constats :

- Corrèze : gagne 7 campings et capte à elle seule 61,5 % des nuitées régionales
- Creuse : plus forte dynamique de croissance (+51,9 % de nuitées) confirmant l'attrait nature.
- Haute-Vienne : contradiction remarquable avec +30,6 % de nuitées malgré une baisse de -10,3 % des emplacements.

UN PARC LOCATIF QUI PROGRESSE DE +44 % : GARANT DE L'ÉTALEMENT DE SAISON

EMPLACEMENTS NUS

93 nuitées / an en moyenne

77 % du parc Limousin • 66 % des nuitées

EMPLACEMENTS LOCATIFS

165 nuitées / an en moyenne (+77 %)

23 % du parc Limousin • 34 % des nuitées

DIFFÉRENCES STRUCTURELLES SELON LES DÉPARTEMENTS :

- Corrèze : forte expansion du locatif (+53 % en 10 ans). Présence marquée de chaînes et campings de plus grosse capacité capables d'investir lourdement dans des gammes supérieures.
- Creuse : essor d'offres hybrides (campings déclarés couplés à des gîtes, chambres d'hôtes ou hébergements insolites/cabanes), nombre moyen d'emplacements/camping encore faible (32)
- Haute-Vienne : développement similaire d'hébergements insolites et repositionnement qualitatif de l'offre locative pour compenser le retrait des emplacements traditionnels.
- Région Limousin : le locatif permet de rentabiliser l'exploitation et constitue l'unique moteur d'activité sur les ailes de saison (mai-juin et septembre).

LE NOMBRE DES CAMPINGS COMMUNAUX EN RÉGIE CHUTE DE -23,4 % AU PROFIT DES GESTIONNAIRES PRIVÉS (+18,4 %)

CAMPINGS MUNICIPAUX EN RÉGIE

82 établissements en 2025

-23,4 % en 10 ans (107 en 2015)

Causes : coûts de remise aux normes, charges d'investissement et complexité de gestion.

GESTIONNAIRES PRIVÉS

161 établissements en 2025

+18,4 % en 10 ans (136 en 2015)

Facteurs : professionnalisation accélérée, reprises de sites communaux et investissements.

ENJEUX DÉPARTEMENTAUX POUR LES COLLECTIVITÉS :

- Corrèze : forte dynamique de passage en délégation de service public (DSP) ou cession à des repreneurs privés pour maintenir l'attractivité des campings de lac et de vallée.
- Creuse : des communes qui s'interrogent sur la viabilité de leurs campings municipaux (offre vieillissante, capacité d'accueil limitée, ...), nombreux campings non classés
- Haute-Vienne : transfert progressif de la gestion vers des acteurs privés ou réorientation vers des aires d'accueil et aires naturelles.

LE STANDARD 3 ÉTOILES S'IMPOSE (+20,5 %) ALORS QUE L'OFFRE 1 ET 2 ÉTOILES DIMINUE (-25,8 %)

1 & 2 ÉTOILES

1 436 emplacements

-25,8 %

Forte réduction de l'entrée de gamme

- 1* : passe de 656 à 397 emplacements
- 2* : passe de 1 424 à 1 039 emplacements
- Les campings non équipés perdent leur clientèle.

3 ÉTOILES

3 449 emplacements

+20,5 %

Le standard minimum du marché

- 3 300 emplacements en 2015 -> 3 449 en 2025
- Standard désormais exigé par les familles
- Équipements clés : piscine, wifi, animations.

4 & 5 ÉTOILES

2 077 emplacements

+33,3 %

Forte progression haut de gamme

- 1 566 emplacements en 2015 -> 2 077 en 2025
- Tiré par les investissements en Corrèze
- Parcs aquatiques et restauration de qualité.

FOCUS TERRITORIAL SUR L'ÉQUIPEMENT ET LE CLASSEMENT :

- Corrèze : concentre la majorité des 4 étoiles régionaux avec des campings de grande capacité dotés d'espaces aquatiques et de services complets.
- Creuse : 25% de campings classés seulement mais montée en gamme , développement modéré de l'offre d'équipements (restauration, piscine...).
- Haute-Vienne : montée en gamme dans les 3 et 4 étoiles avec des équipements (piscines, restaurations, animations).
- Limousin : taille moyenne = 43 emplacements/structure

LES AILES DE SAISON TRANSFORMENT LE MODÈLE : LES NUITÉES DE MAI-JUIN BONDISSENT DE +124,8 %

DÉBUT DE SAISON

(Mai - Juin)

+124,8 %

Bond spectaculaire régional

- Evolution portée par les hébergements locatifs et équipés.
- Nouveaux comportements de réservation des seniors et couples sans enfants.

CŒUR DE SAISON

(Juillet - Août)

+29,5 %

823 000 nuitées

- Progression solide (de 635 000 à 823 000 nuitées).
- Fréquentation familiale maximale et activité soutenue.

ARRIÈRE-SAISON

(Septembre)

+55,6 %

Arrière-saison très dynamique

- Séjours courts à forte valeur ajoutée.
- Clientèle senior, amateurs de nature et de randonnée en Corrèze, Creuse et Haute-Vienne.

IMPACT SUR LES 3 DÉPARTEMENTS DU LIMOUSIN :

- Corrèze : l'offre locative étendue permet d'ouvrir les structures de début mai à fin septembre de façon rentable.
- Creuse & Haute-Vienne : l'étalement de saison bénéficie particulièrement aux clientèles néerlandaises (la moitié des nuitées internationales) et britanniques.

LES RÉSIDENTS FRANÇAIS ASSURENT 73,3 % DES NUITÉES (+57,3 %) TANDIS QUE LES PAYS-BAS DOMINENT L'INTERNATIONAL

CLIENTÈLE FRANÇAISE (73,3 % DES NUITÉES)

859 172 établissements en 2025

+57,3 % en 10 ans (546 265 en 2015)

Le tourisme domestique est le pilier indispensable de la fréquentation dans le Limousin

CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE (26,7 % DES NUITÉES)

312 850 nuitées en 2025

+19,5 % en 10 ans

L'HPA est le mode d'hébergement marchand captant la plus forte proportion d'étrangers.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES MARCHÉS ÉTRANGERS :

- **Pays-Bas (NL) : 1er marché émetteur étranger absolu dans l'ensemble du Limousin :**
 - Creuse : les Néerlandais représentent environ 53 % des nuitées étrangères !
 - Haute-Vienne : les Néerlandais représentent environ 51 % des nuitées étrangères !
 - Corrèze : plus de 100 000 nuitées néerlandaises enregistrées chaque année. (55%)
- **Autres marchés clés : Royaume-Uni (GB), Belgique (B) et Allemagne (D).**

DES PROFILS COMPLÉMENTAIRES AU SEIN DE L'ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE LIMOUSIN

LIMOUSIN Bilan Global

- 1 172 022 nuitées en 2025 (+45,1 %).
- Parc stable : 249 campings, 10 687 emplacements.
- Standard 3 étoiles imposé (+20,5 %).
- 73,3 % de clientèle française (+57,3 %).
- Attractivité rurale confirmée. post-crise covid

CORRÈZE La Locomotive Économique

- 61,5 % des nuitées du Limousin (721 227).
- 118 campings (+6,3 %) et 6 120 emplacements.
- +53 % d'emplacements locatifs.
- Forte présence de chaînes et campings 3/4*.
- Plus de 100 000 nuitées néerlandaises. (53%)

Retombées économique :
20% du total marchand

CREUSE La Plus Forte Croissance

- +51,9 % de nuitées en 10 ans (195 410).
- 65 campings et 2 050 emplacements (+4,9 %).
- Pèse 16,7 % des nuitées régionales.
- 53 % des nuitées étrangères sont Néerlandaises.
- Modèle nature regain d'attractivité des emplacements nus

Retombées économique :
22% du total marchand

HAUTE-VIENNE L'Optimisation Intensive

- +30,6 % de nuitées (255 385) malgré -10 % empl.
- Gain de plus de 10 points de taux d'occupation.
- 66 campings et 2 517 emplacements.
- 51 % des nuitées étrangères sont néerlandaises.
- Retrait des campings municipaux en régie.

Retombées économique :
10% du total marchand



TROIS DÉFIS MAJEURS POUR PÉRENNISER LA PERFORMANCE DE L'HPA EN LIMOUSIN

1. DIGITALISATION & DISTRIBUTION

- Retard constaté dans les outils de réservation en ligne (Elloha, Ctoutvert...).
- Nécessité pour les campings d'assurer une visibilité en temps réel et la vente directe.
- Accompagnement technique des ADT

2. ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

- Gestion de l'eau,
 - * végétalisation et ombrage des emplacements.
- Sécurisation des sites face aux aléas météo extrêmes (inondations, canicules, incendies).
- Préservation du cadre naturel, 1er motif de visite en Limousin.

3. MODÈLES ÉCONOMIQUES & GESTION MUNICIPALE

- Avenir des 82 campings municipaux en régie : arbitrages investissement / DSP ou autre solution de gestion .
- Partenariats publics-privés équilibrés pour préserver le maillage territorial.
- Accompagnement des élus par les Départements



PANORAMA

**de l'hôtellerie de plein air
en France**

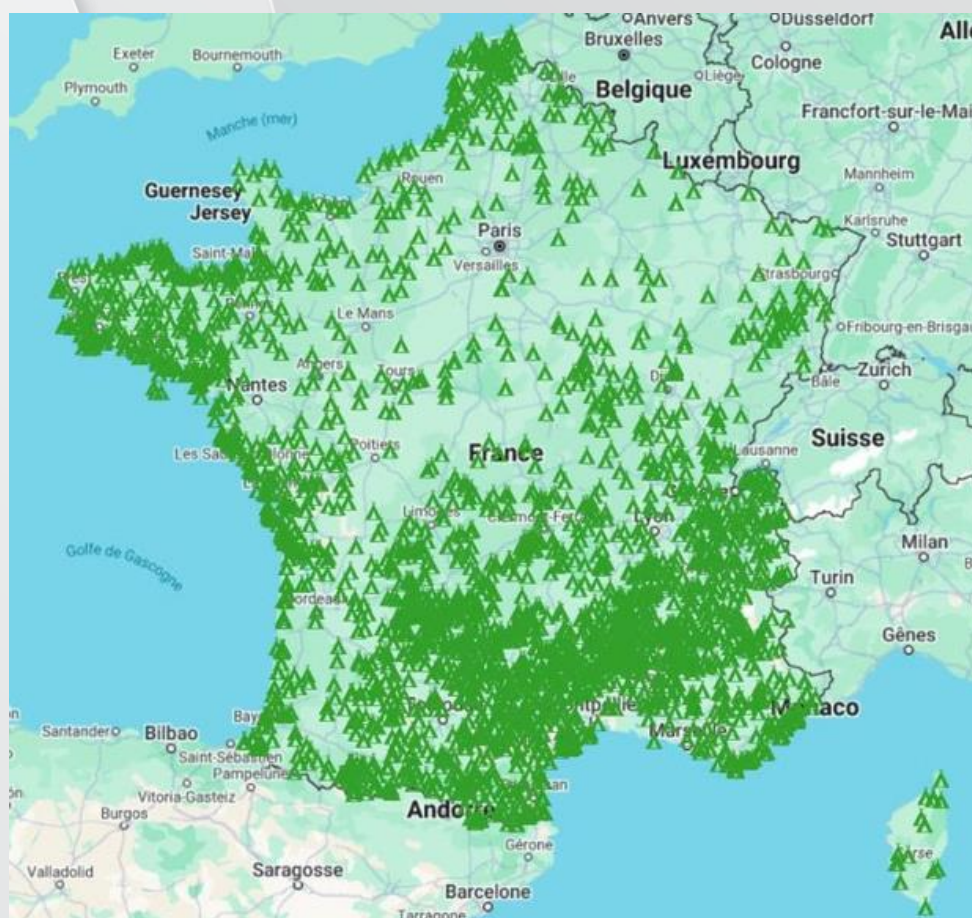
L'Hôtellerie de plein air

Un succès français, fragile à terme



Quelques chiffres :

- 9000 campings en 2000, 7400 aujourd'hui 103 M nuitées en 2010, 147M en 2025
- 28 M de campeurs chaque année
- CA : 800M en 2000, 4 Mds aujourd'hui 50 000 salariés en été
- Investissements : 23 % du CA/an FNHPA : 4300 adhérents, CCGC, 50 structures locales, 50 permanents



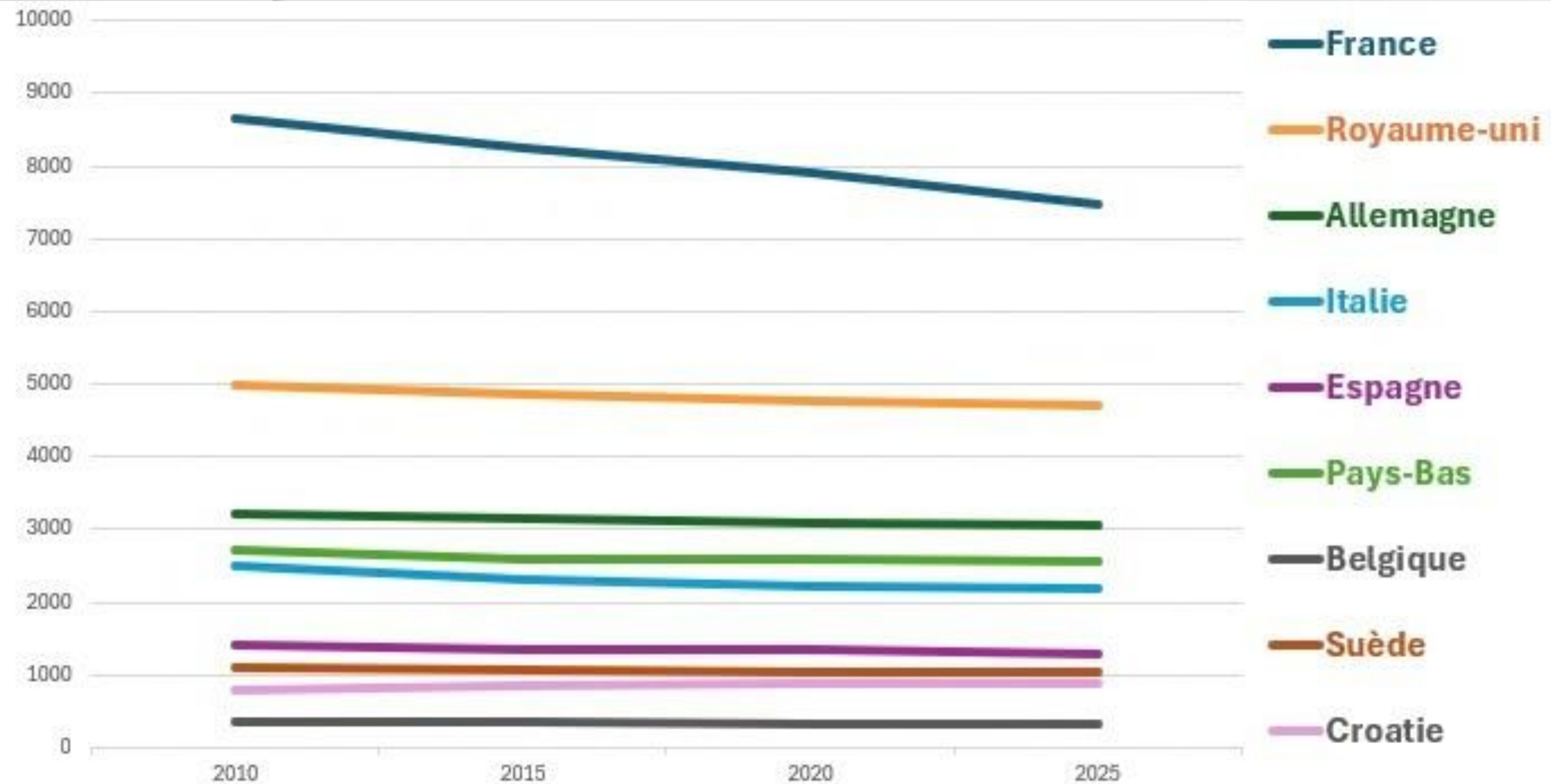
Un parc très varié



- 115 emplacements en moyenne
- Surface moyenne 22 000 m²
- 500 k€ CA moyen
- 1 400 campings municipaux (3 400 en 1990) = 20% des campings
- 70% des campings situés sur une commune rurale (INSEE)
- 3 000 de moins de 60 emplacements
- 2/3 moins de 100 emplacements
- 200 associatifs
- 29 % sur le littoral
- Leader mondial du naturisme

Une disparition inquiétante

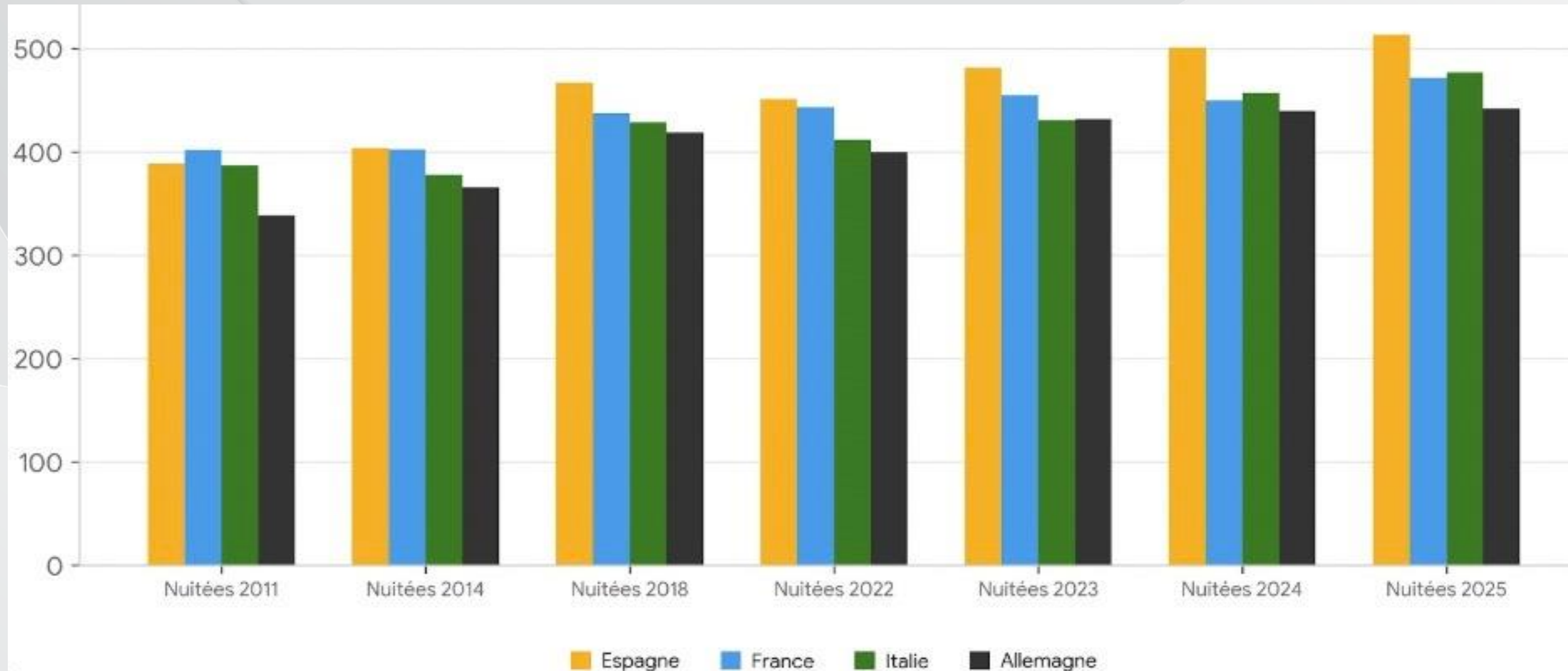
- Petits campings et municipaux
- Campings à la ferme : de 1700 à 700 depuis 2012



Hébergements collectifs

Enrayer le risque de déclassement

- Hôtels + campings + VV + RT + auberges de jeunesse
- La dynamique des destinations concurrentes
- L'Espagne en tête



Les objectifs de la profession

- Stopper la disparition des campings
- Préserver la souplesse d'exploitation
- Développer les équipements et les services
- S'adapter aux risques naturels et au changement climatique
- Réduire l'empreinte environnementale



Opération sauvegarde des petits campings



« Petits campings : grandes ambitions. Sauver les lits touristiques et dynamiser les territoires »



L'HPA en 2026 parmi les autres hébergements collectifs

Evolution des nuitées de mai à août



Consolidation du marché

- Groupes : 12 % des campings et 26 % des emplacements
- Chaînes commerciales : 7 % des C. et 12 % des E. Groupes et chaînes : 60 % du CA du secteur



Groupes intégrés :
755 campings
Chaînes commerciales :
564 campings
Indépendants privés et publics : 6400 campings

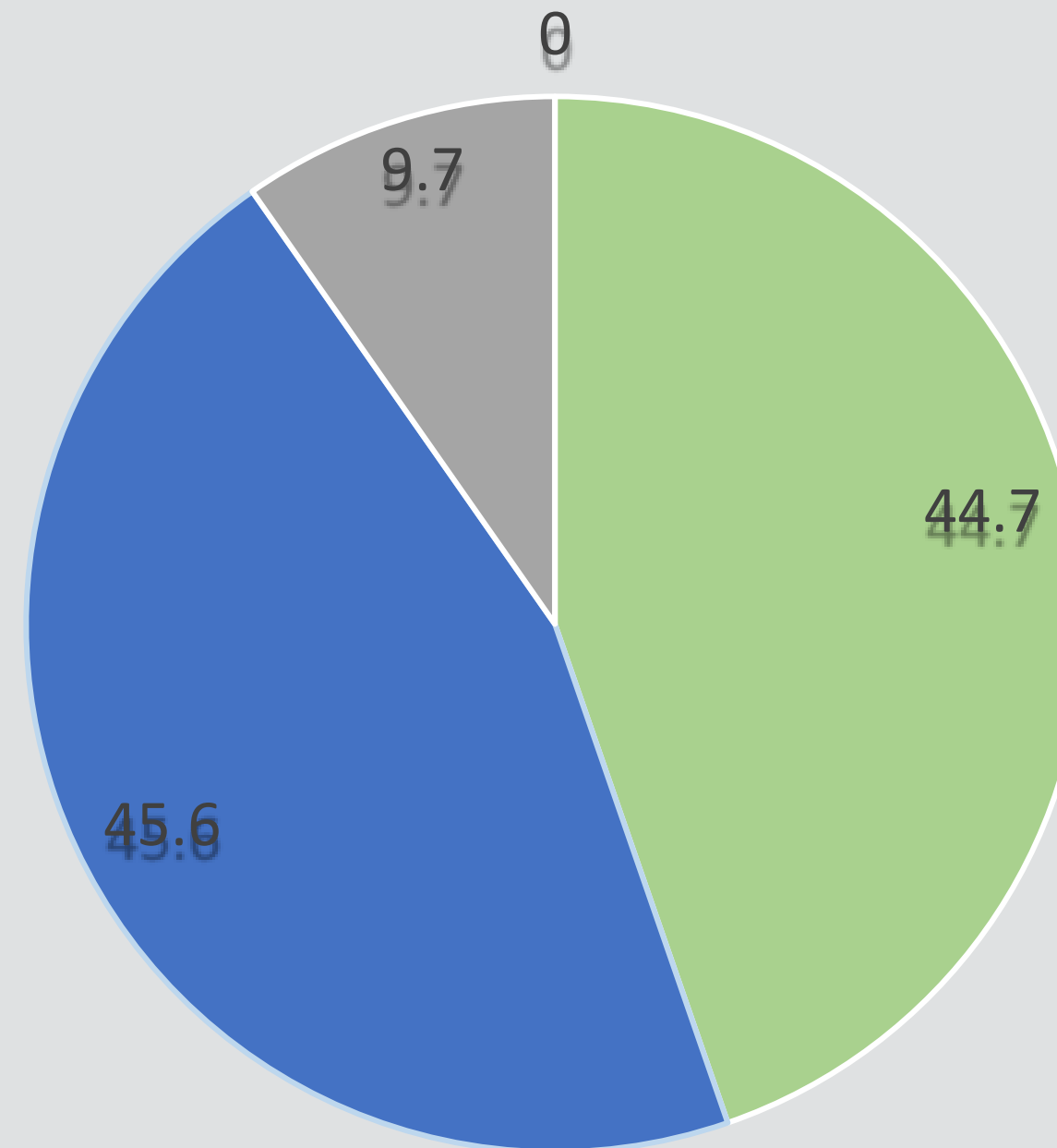


Groupes intégrés :
200272 emplacements
Chaînes commerciales :
105391 emplacements
Indépendants privés et publics :
571133 emplacements

Hébergements collectifs en 2026

% fréquentation étrangère en nuitées

Mai à août 2025



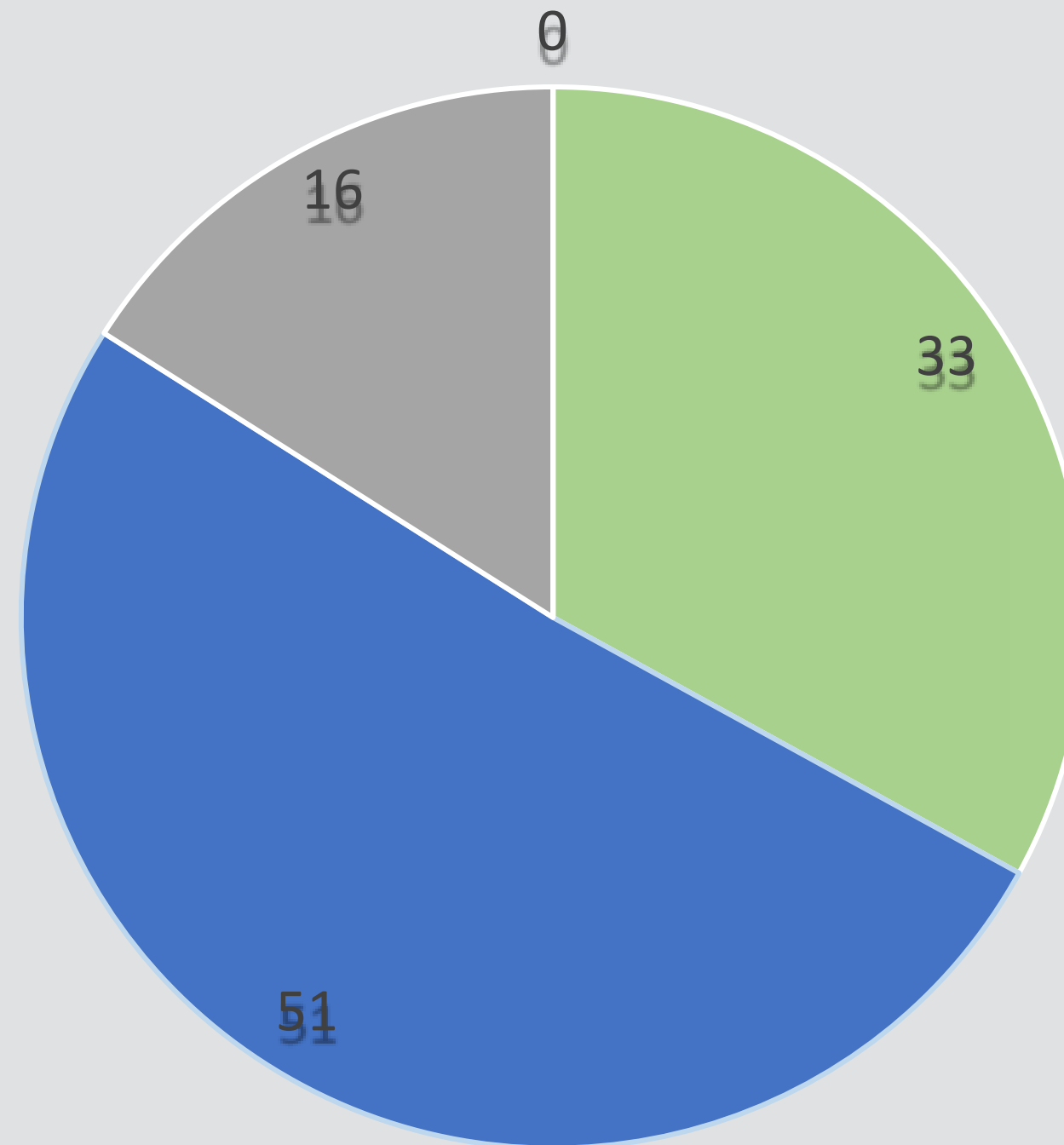
INSEE

■ Hôtels ■ Campings ■ AHC

Hébergements collectifs en 2025

Répartition des nuitées

Troisième trimestre 2025

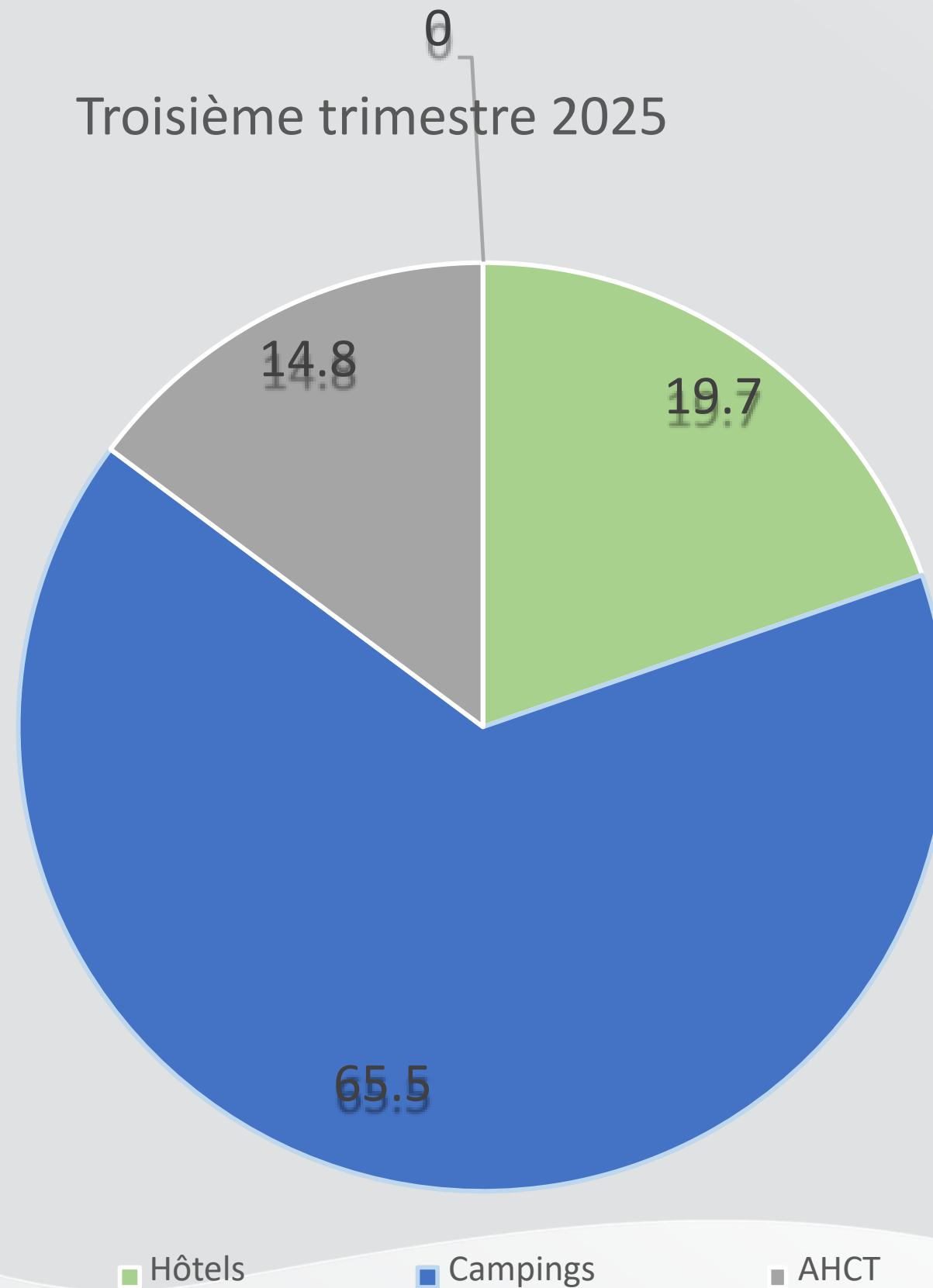


■ Hôtels ■ Campings ■ AHCT



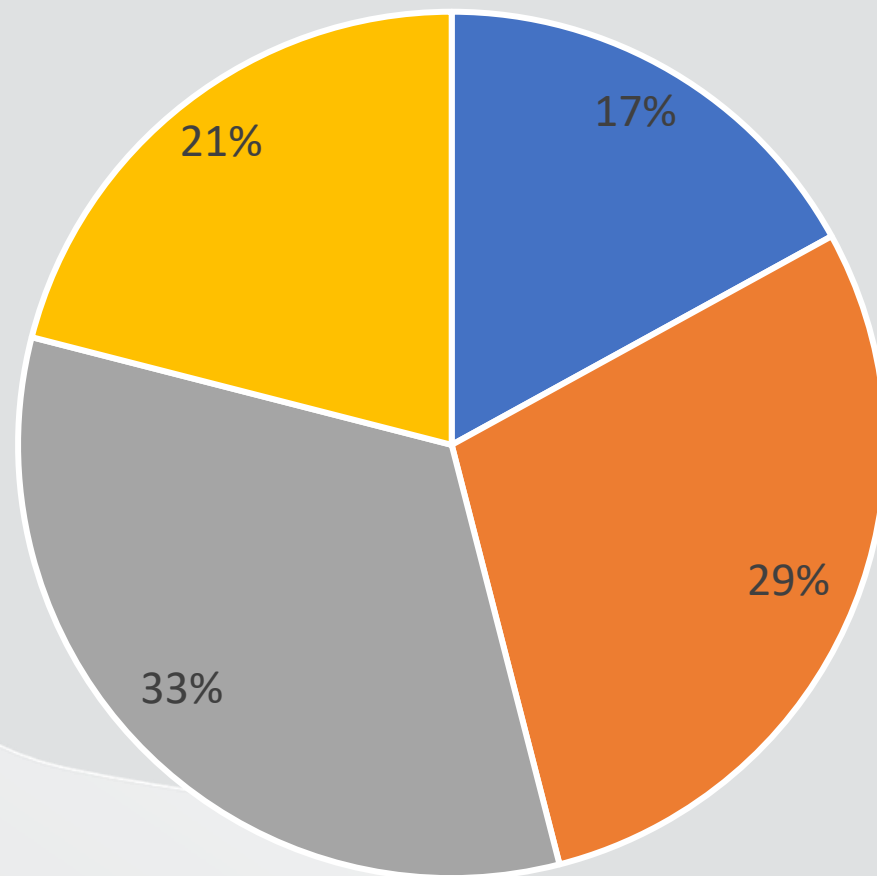
Hébergements collectifs en 2025

Focus sur le littoral



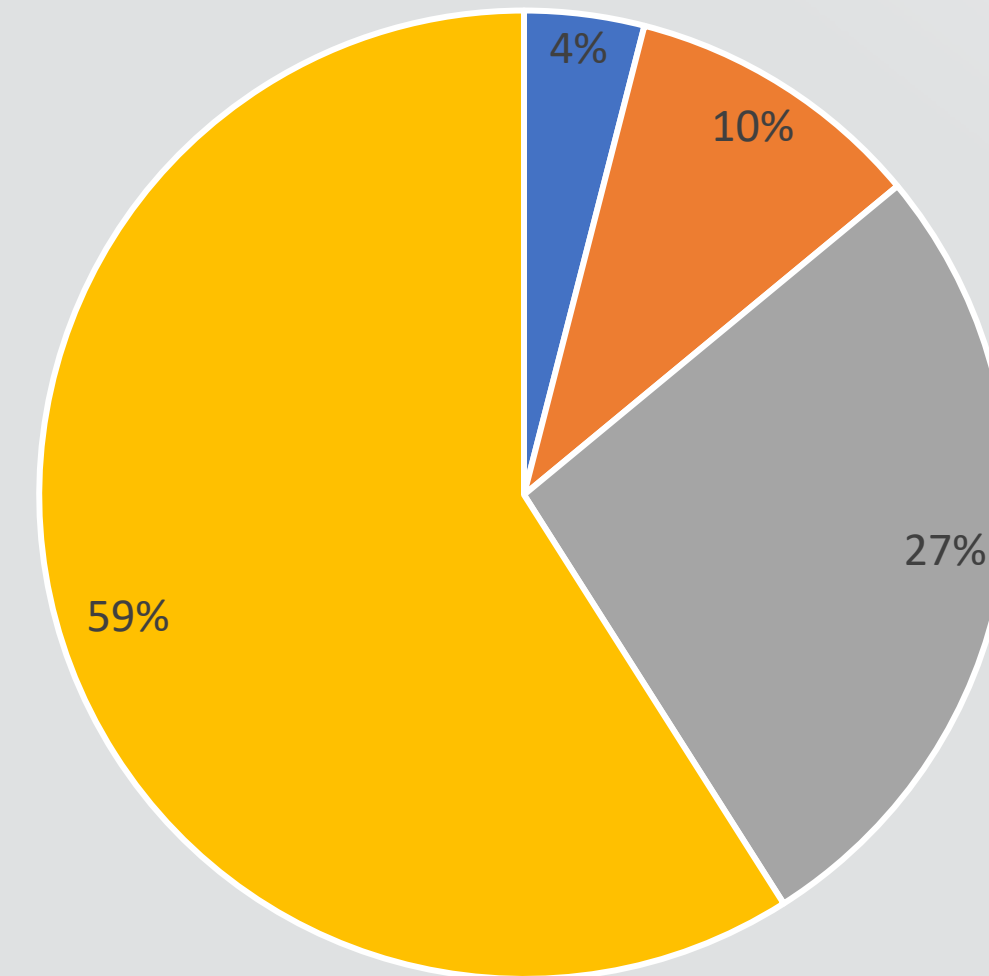
Montée en gamme et en qualité

campings



■ Non classé ■ 1 et 2 étoiles
■ 3 étoiles ■ 4 et 5 étoiles

nuitées



■ Non classé ■ 1 et 2 étoiles ■ 3 étoiles ■ 4 et 5 étoiles

Le cocktail gagnant

Prix, nature, convivialité, équipements

Q. Quelles sont les deux principales raisons qui vous font choisir le camping pour vos vacances ?

Question posée uniquement aux personnes ayant séjourné au camping, soit 29% de l'échantillon.

Deux réponses possibles – total supérieur à 100%.

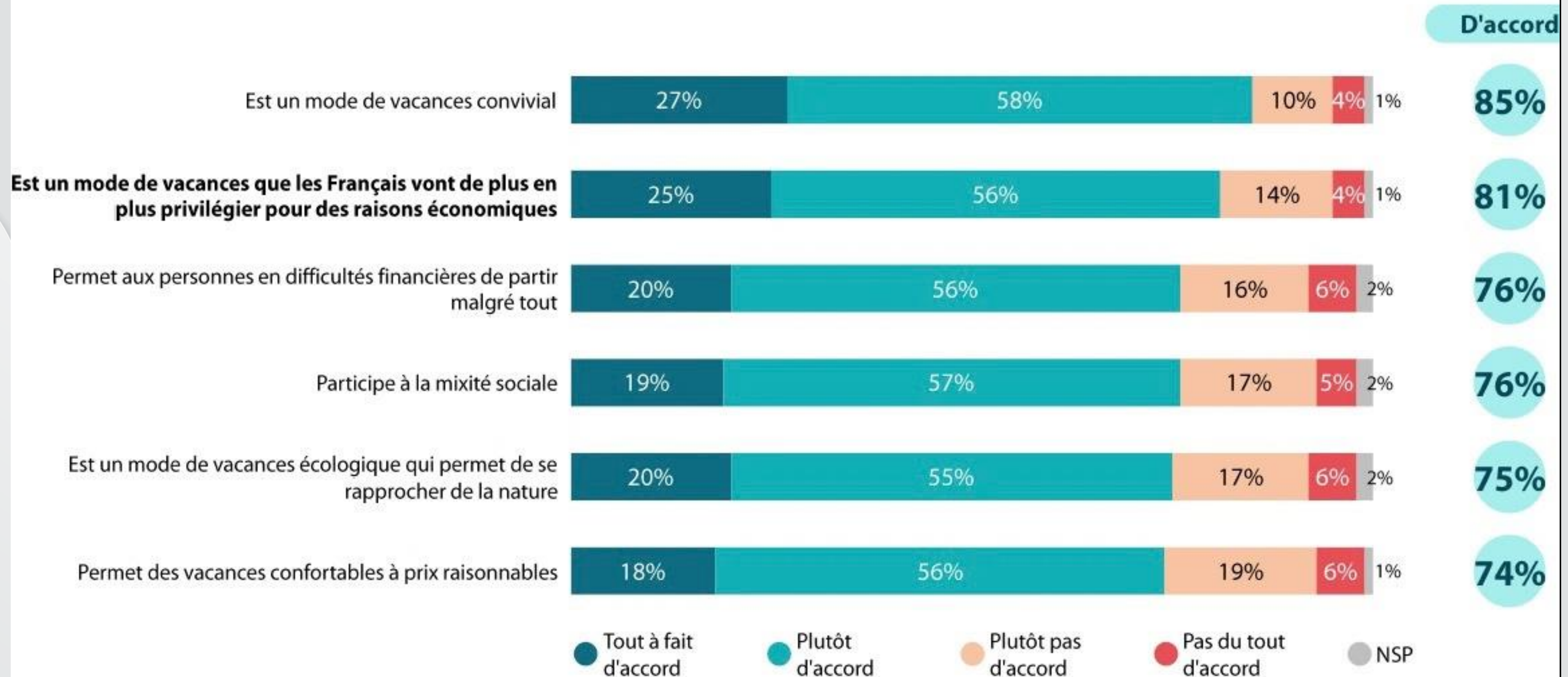
☒ En premier ☐ Au total



Le cœur de la clientèle

Classes populaires et moyennes

Q. Voici quelques phrases sur le camping. Pour chacune d'entre elles, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout. Le camping...



nos grands chantiers

L'adaptation des campings au changement climatique



nos grands chantiers

La gestion durable de la ressource en eau, une priorité pour la FNHPA

Charte d'Engagements « *Plan de Sobriété Eau* »

Plan d'action national pour une gestion économe de l'eau

FICHE OUTILS
POUR UNE **GESTION RAISONNÉE** DES RESSOURCES EN EAU
ON A TOUS À Y GAGNER !

NÉCESSITÉ ENVIRONNEMENTALE
L'eau est une ressource naturelle très précieuse. Et rare !
Nous utilisons au quotidien et ne prenons plus garde à l'utilisation que nous en avons fait. C'est un acquis, en oubliant qu'elle n'est pas inépuisable. Un certain nombre de départements sont confrontés de plus en plus régulièrement à des épisodes de sécheresse. Il est essentiel de partager les ressources pour préserver les territoires impactés par ces problématiques et éviter de les aggraver.

INTÉRÊT ÉCONOMIQUE
Ce bien est précieux ; certaines régions sont limitées en consommation par habitude.
L'eau a un coût : celui des services d'eau et d'assainissement. La multiplication et l'importance des épisodes de sécheresse - particulièrement en période de pression touristique - risquent d'augmenter ce coût. Une gestion raisonnée aura un impact direct sur les dépenses des gestionnaires de campings et permettra des économies substantielles.

INTÉRÊT SOCIAL
1 - Pour les gestionnaires de camping : gérer la consommation de l'eau dans nos campings, sensibiliser les clients et s'informer sur les mesures existantes pour nous aider.
2 - Pour le personnel : sensibiliser les salariés et les informer sur les procédures mises en place (charte à l'entrée, affichage, etc.) pour les locaux du personnel...
3 - Pour nos clients : afficher visuellement les mesures visant à économiser l'eau tout au long du parcours client à l'aide d'outils, de visuels ou de documents d'accueil.

COMMENT FAIRE ?

QUELQUES CONSEILS PRATIQUES

- Vérifier vos données et vos factures, comparer vos consommations d'une année sur l'autre ou les rapporter au nombre de nuitées.
- Surveiller une fois par an minimum les débits d'eau à chaque robinet (cuisine, lavabos, éviers, douches).
- Installer des réservoirs de WC à double débit, ou une poche de réduction du volume d'eau.
- Encourager l'installation de toilettes sèches et conserver les urinoirs, robinets consommateurs d'eau.
- Entretenir les équipements : lave-vaisselles, temps de cycle des machines à lavis, orienter vers les cycles économiques (30 ou 40°).
- Équiper les robinets de réducteurs de pression, pression, douchettes économiques (écarts et camping).
- Équiper de compteurs d'eau les locaux et les points sensibles (baignoire, piscine, piscine...); prévoyez d'installer vos compteurs dans des endroits accessibles et de les relever une fois par semaine pour détecter les fuites.
- Des méthodes de détection des fuites existent : gaz traceur, caméra thermique, etc.
- Assurez-vous d'avoir un bon dimensionnement, par exemple de vos chauffe-eau.
- Récupérer l'eau déchlorée pour arroser le jardin.
- Implémenter des récupérateurs d'eau de pluie (arrosage, lavage du matériel, containers, WC avec système adapté, lavage des piscines...).
- Définir la profondeur de la piscine.

POUR ACCÉDER À UN MODÈLE DE FICHIER DE SUIVI DE VOS CONSOMMATIONS D'EAU
CLIQUEZ ICI

IMPLIQUER LES CLIENTS
Les inciter à détecter les fuites d'eau et leur demander de nous les signaler par affichage. Les sensibiliser aux bons gestes pour limiter leur consommation :

- Affichage et instructions sur les machines à laver, dans les douches : inviter les clients à limiter la durée des douches ; des réducteurs de douches existent.
- Nudge sur les chasses d'eau.
- Inciter à utiliser une baignoire pour la vaisselle et fournir des bouchons d'évier à chaque client.
- Garder l'eau de vaisselle pour arroser les plantations extérieures.

ESPACES VERTS
S'orienter à la permaculture, privilégier les plantations en pleine terre plutôt qu'en pots, choisir des plantes adaptées au climat, plus résistantes.
Opter pour le broyage et le paillage des plantations pour réduire l'arrosage.

UNE MEILLEURE GESTION DE L'EAU PASSER PAR 10 BONNES PRATIQUES QUI PEUVENT ÊTRE APPLIQUÉES PAR TOUS.

CHACUN DOIT ÊTRE ACTIF, CHACUN PEUT AMÉLIORER LES CHOSSES AVEC DES PETITS GESTES AU QUOTIDIEN.

SUIVRE LES ACTIVITÉS ET ÉVALUER LE LA FNHPA SUR
www.fnhp-pleinair.fr • @fnhp • @fnhp • @fnhp • @fnhp

FNHPA
FEDERATION NATIONALE
DE L'HOTELLERIE
DE PLEIN AIR

PLAN D'ACTION NATIONAL
pour une gestion économe
de l'eau dans les campings

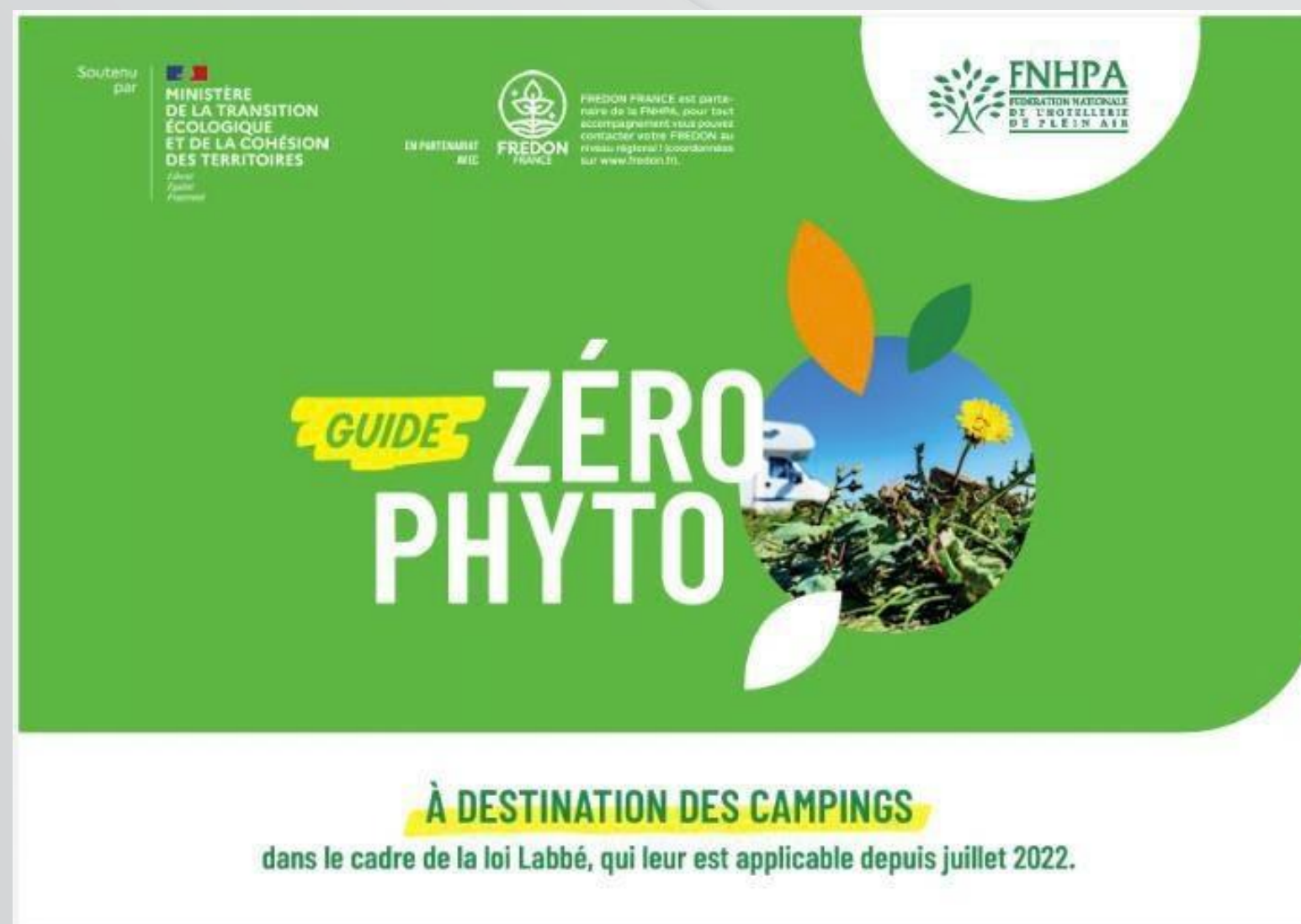
[Solutions techniques - Sensibilisation -
Communication - Formations]

29/01/2024

nos grands chantiers

Des initiatives concrètes en matière de biodiversité

Guide Zéro phyto



Guide d'adaptation des végétaux



nos grands chantiers

Transition écologique

Des avancées en matière de prévention et de lutte contre les incendies

Dispositif de prévention météo France



Expérimentation Fire chaser



Réouverture des campings sinistrés



nos grands chantiers

Des avancées législatives et réglementaires en matière de transition écologique

Négociation administrative de la RE2020
et du décret « tertiaire »

Elaboration d'un plan
d'action national

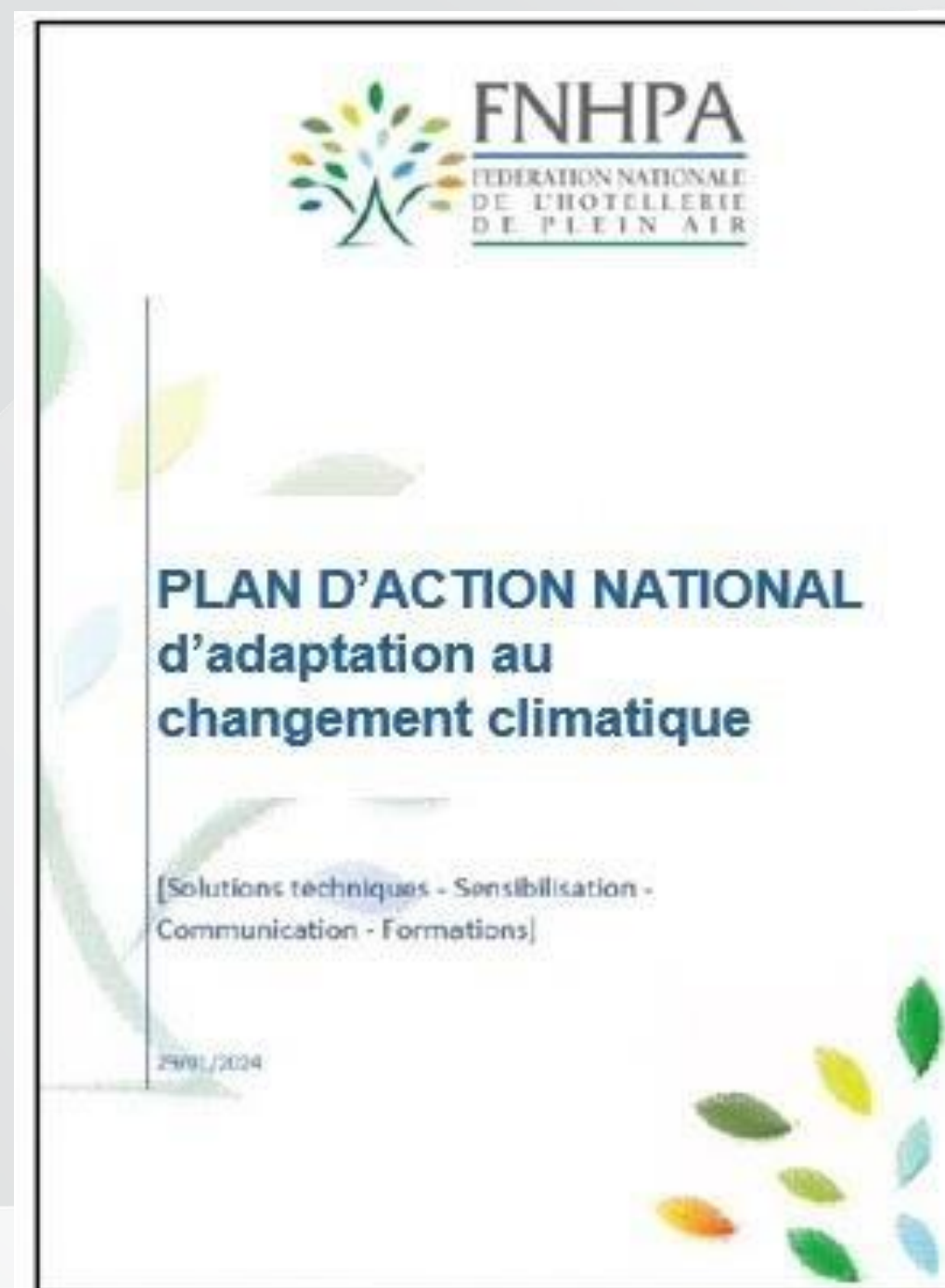
RE 2020
RÉGLEMENTATION ENVIRONNEMENTALE

Décret tertiaire

-40%
en 2030

-50%
en 2040

-60%
en 2050



nos grands chantiers

Camping et handicap

RML de 50m²
pour les personnes
à mobilité réduite



nos grands chantiers

Des initiatives pour que les vacances aient toujours plus de sens



RÉSEAU PASSERELLES

Le Réseau Passerelles en 2025

- ✓ 45 destinations
- ✓ 482 semaines familles
- ✓ 33 CAF et 5 groupes de protection sociale

Notre objectif 2026 :

70 destinations, 700 familles accueillies et plus de 30 000 nuitées !

nos grands chantiers

Des initiatives pour continuer à augmenter le taux de départ en vacances



Colonies de vacances



Evolution dispositif VACAF



ANCV



nos grands chantiers



Des initiatives pour que les vacances aient toujours plus de sens

Camping et culture : Projet de
Convention Interministérielle



Convention nationale avec la chambre de
l'agriculture



TÉLÉTHON CAMPING 2025

- 6ème édition
- Remontée des fonds : 130 631 €



Nos grands chantiers

- **AMI érosion : 3ème vague**
- Solutions fondées sur la nature
- Loi Climat et résilience : évolution du ZAN
- Assurances
- Vigilance PPR
- **GEMAPI**
- Incendie
- **HLL : quota, RE 2020, PPR**
- Sites inscrits et classés, SPR
- **Ruissellement**
- Cybersécurité



Nos grands chantiers

Compétitivité et crédibilité

- Crise de l'énergie : appel d'offres électricité
- OTA
- Taux d'intermédiation : 12 %
- **DigitalMarkets Act**
- **Platform to business**
- **Contrat loisirs**



Nos grands chantiers



- **Bonus-Malus assurance chômage**
- **10 000 CDI / 40 000 CDD**
- Marque employeur : fiches outils, Cvtech, interface We Recruit, vidéos métiers
- Logement des saisonniers
- Prévoyance santé
- Partenariat avec les écoles
- Salaire
- Formation : manager opérationnel
- **Nouvelle stratégie formation**
- **Révision des classifications**
- **Parcours métier spécifiques**

Ma carrière
camping.fr
★ Mettez des étoiles dans votre job !



TABLES RONDES

pour préparer l'avenir

Pour les élus

Salle Vitrée

Quel avenir pour mon camping communal ?

(En partenariat avec l'Association des Maires de la Corrèze)

Pour les propriétaires & gestionnaires

Auditorium

L'IA, au service de la performance des campings !



TABLE RONDE

L'IA, au service de la performance des campings !



Alice DEHUREAUX



Samuel BEAUFRETON



Julie CHINDAMO



Muriel DARFEUILLE



Christophe LELIEVRE

TABLE RONDE

**L'IA, au service de la performance
des campings !**



Samuel BEAUFRETON

ATELIER · RENCONTRES DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

L'IA, au service de la performance des campings

Ce qui change côté client

Une famille cherche un hébergement



« Je cherche un hébergement pour quatre personnes, dont deux enfants, pour une semaine à Marseillan à la Toussaint, avec chien admis, et un budget d'environ 700 euros. »

La réponse : un tableau comparatif, les plus et les moins, des liens pour réserver.

Vos clients s'en servent déjà

« Cela ne remplace pas complètement les guides papier, mais cela donne une bonne base. »

Catherine, 71 ans — vacances à Lisbonne avec ses petites-filles, préparées sur ChatGPT, été 2025

40 %

des familles avec jeunes enfants
préparent leurs vacances avec une
IA

12 %

des couples sans enfant

Si une grand-mère le faisait il y a un an, votre cœur de clientèle le fait aujourd'hui.

Demain, l'IA réservera à leur place

AUJOURD'HUI

L'IA prépare le séjour

« Un rabatteur de trafic. » Seuls 8 % des voyageurs sont prêts à réserver par une IA.

DÉJÀ AUX ÉTATS-UNIS

L'agent réserve

Visa et Lastminute : un agent organise un week-end, sans saisir ni passeport ni carte bancaire.

2027 EN EUROPE

Premiers achats sans intervention humaine

Le frein : la confiance. Un Français sur trois fait confiance à l'IA.

Visa aide déjà eDreams et Lastminute à remodeler leur site pour être bien lu par ces agents.

Ce que l'agent lira demain, c'est l'information que vous publiez aujourd'hui.

Ce qui a changé cet été

22 juillet 2026 : les réponses IA de Google arrivent en France, en pleine saison.

La question n'est plus « est-ce que je sors dans les résultats ? »

Qu'est-ce que la machine dit de moi ?

Ce que l'IA dit des campings du Limousin

« Où camper en famille en Haute-Vienne avec des enfants ? »

🌳 Les campings à taille humaine et conviviaux

- [Camping des Alouettes](#) (Cognac-la-Forêt)

Ce camping 3 étoiles se distingue par l'immensité de ses emplacements et son accueil chaleureux. Vos enfants y trouveront une **piscine chauffée**, un trampoline et une aire de jeux. C'est un endroit très sécurisant et calme, situé dans le Parc Naturel Régional Périgord-Limousin. [🔗](#)

- [Camping Au Pont du Dognon](#) (Saint-Laurent-les-Églises)

Niché au bord de la rivière à 30 km de Limoges, ce camping propose une ambiance verte et très familiale. Il met le paquet pour les plus jeunes avec de nombreux équipements : **château gonflable**, piscine à balles et jeux de société à disposition. [🔗](#)

Le niveau de détail

Trampoline, château gonflable, piscine à balles : l'IA décrit, elle compare, elle classe.

« Que vaut le camping Le Domaine du Lac à Soursac ? »

💰 Côté budget (Tarifs indicatifs)

Le rapport qualité-prix est unanimement qualifié d'excellent. Les prix varient selon la saison : 🍷 [Domaine du Lac de So...](#) +2

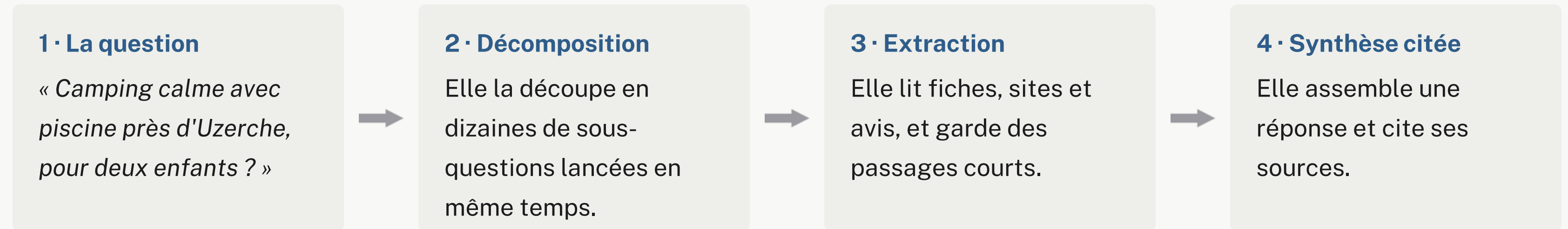
- **Emplacements nus** : À partir d'environ 9 € à 11 € la nuit en basse saison.

- **Locations (Gîtes / Chalets / Cottages)** : Les tarifs débutent autour de 420 € à 520 € la semaine selon le type d'hébergement choisi. 🍷 [Domaine du Lac de Soursac](#)

La promesse faite en votre nom

Des tarifs annoncés à la place du camping. Sont-ils encore justes ?

Comment l'IA construit sa réponse



Pour être retenu, votre site doit

Répondre à une question par bloc

Un titre, une réponse directe

Écrire les faits en toutes lettres

Tarifs, âges, animaux, accès

Dire la même chose partout

Site, fiche Google, office de tourisme

Rester à jour

Tarifs de l'année, contenus datés

Faire parler vos données

Vos avis

Trois saisons lues d'un coup : ce qui revient, ce qui progresse, ce qui agace.

« Qu'est-ce que les familles regrettent le plus ? »

Vos réservations

L'export de votre logiciel :
provenance, délai de réservation,
semaines creuses.

« Quelles semaines se remplissent en dernier ? »

Vos retours clients

Questionnaires, mails, livre d'or :
des centaines de réponses libres
résumées.

« Quelles sont les cinq demandes qui reviennent ? »

Une règle : des chiffres et du texte, jamais de noms de clients.

Un outil gratuit peut s'entraîner sur ce qu'on y dépose, et vous restez responsable des données de vos clients.

TABLE RONDE

**L'IA, au service de la performance
des campings !**



Muriel DARFEUILLE

TABLE RONDE



Muriel DARFEUILLE

L'IA, au service de la performance des campings !



L'IA, au service de la performance des campings !

Découvrez la Corrèze à travers des randonnées d'exception !

Plongez au cœur d'une nature préservée et laissez-vous envoûter par les paysages sauvages et les trésors cachés du territoire. Voici notre programme de randonnées au départ du **Domaine du Lac de Soursac**, alliant nature, patrimoine et panoramas à couper le souffle.

samedi Installation dans vos gîtes
Apéritif de bienvenue, présentation de votre programme
dîner au restaurant.

dimanche journée : le Viaduc des Rochers Noirs. 16 km 6h. D 450m
 Départ à pied du Domaine

*Une randonnée spectaculaire qui vous plonge dans l'histoire et l'ingénierie du **Viaduc des Rochers Noirs** , un joyau du patrimoine ferroviaire, aujourd'hui accessible aux randonneurs. Au fil du sentier, vous traverserez des forêts majestueuses, des rivières aux eaux limpides . Une aventure entre nature et patrimoine, idéale pour les amateurs de grands espaces !*

lundi Randonnée à la journée : La randonnée des Oiseaux et ses vues sur la Dordogne. 16km 6h D 540m

 Approche en voiture (15 km A/R)

Ce parcours vous emmène à la découverte d'un panorama exceptionnel sur la vallée de la Dordogne. Tout au long de la randonnée, ouvrez l'œil et admirez les rapaces planant majestueusement au-dessus des falaises. En longeant les sentiers bordés de chênes et de bruyères, vous profiterez de paysages dignes d'une carte postale. Une immersion totale en pleine nature, où le silence n'est troublé que par le chant des oiseaux.



LES PROGRAMMES DES SÉJOURS

vendredi à la journée : Les Tours de Merle. Rando de 12km autour des Tours de Merle pour une plongée au Moyen Age. Visite des Tours

 Approche en voiture (70 kms AR)

Plongez au cœur du Moyen Âge avec une randonnée autour des **Tours de Merle**, un site médiéval emblématique perché sur son éperon rocheux. Ce parcours vous fera voyager dans le temps, entre ruines chargées d'histoire et paysages sauvages de la vallée de la Maronne. Après l'effort, prenez le temps de visiter les Tours et d'en apprendre plus sur ces vestiges fascinants qui dominent la vallée. Un itinéraire incontournable pour les amateurs d'histoire et de belles pierres !

samedi petit-déjeuner

Pourquoi choisir nos randonnées ?

- ✔ Des itinéraires variés : entre patrimoine, nature et paysages grandioses
 - ✔ Un cadre préservé : au cœur de la Corrèze, entre gorges, rivières et forêts
 - ✔ Une immersion totale : des points de vue exceptionnels et des sentiers hors des sentiers battus
 - ✔ Une expérience unique : des rencontres avec la faune locale et des découvertes historiques
- 🌿 Alors, prêts à enfiler vos chaussures de randonnée ? La Corrèze vous attend ! 



mardi journée : Saint Hilaire Luc 16km. 5h. D 350m

 Approche en voiture (18 km A/R)

Direction **Saint Hilaire-Luc**, un charmant village typique de la Corrèze, pour une randonnée entre patrimoine et paysages vallonnés. Le sentier serpente entre ruisseaux, forêts de feuillus et prairies, offrant une **vue imprenable sur les monts environnants**. Ce parcours, accessible aux randonneurs intermédiaires, vous fera découvrir un **patrimoine rural préservé**, avec ses fermes en pierre et ses hameaux authentiques. Une belle escapade hors du temps !

mercredi Randonnée à la journée : Les gorges de la Luzège 15 km. 6h. D 550m

 Approche en voiture (12 km A/R)

Vivez une aventure sauvage au cœur des **gorges de la Luzège**, un site naturel d'exception où la rivière a sculpté des falaises vertigineuses. Ce parcours, plutôt sportif, alterne passages en forêt et points de vue époustouflants sur la rivière. Vous découvrirez des **cascades cachées**, des ponts en pierre et des paysages dignes d'un décor de film. Un itinéraire parfait pour ceux qui recherchent un **sentier sauvage et préservé**, en communion avec la nature. Découvrez la chapelle du Gour Noir, plantée sur son éperon rocheux

jeudi empruntons le sentier de la Dordogne de Village en Barrages. 19 km. 6h. D120m

Croisière en Gabare

 Départ à pied du Domaine

Un voyage dans le temps et l'histoire du fleuve Dordogne ! Cette randonnée vous emmène sur un itinéraire jalonné de villages pittoresques et de panoramas spectaculaires sur la vallée. Peu de dénivelé sur ce parcours, mais une immersion totale dans l'**ambiance paisible du fleuve**. La récompense ? Une croisière en **gabare**, embarcation traditionnelle qui vous permettra de découvrir la Dordogne sous un autre angle, au fil de l'eau. Une journée alliant randonnée et détente, idéale pour varier les plaisirs !

L'IA, au service de la performance des campings !

VOTRE SEMAINE AU DOMAINE DU LAC

7 jours entre Corrèze, Dordogne & volcans du Cantal

Du 14 au 20 septembre 2026 • 8 personnes • Pension complète

Bienvenue au Domaine du Lac !

Nous vous avons imaginé une semaine mêlant **randonnées, grands paysages, patrimoine et découvertes gourmandes**, adaptée à la météo annoncée. Chaque matin, partez à la découverte de notre territoire avec **vos** pique-nique.

LUNDI 14 • SALERS & PUY MARY

Prenez de la hauteur !

Direction le Cantal et le majestueux **Puy Mary – Grand Site de France**. Montée depuis le Pas de Peyrol et panorama exceptionnel sur les volcans d'Auvergne.  Pique-nique face aux grands espaces, puis découverte de **Salers**, l'un des Plus Beaux Villages de France.

MARDI 15 • MONT BESSOU & MEYMAC

Sur le toit de la Corrèze

Randonnée au **Mont Bessou**, point culminant de la Corrèze, et montée à la tour panoramique pour une vue à 360° sur le Plateau de Millevaches, le Sancy et le Cantal.  Pique-nique en pleine nature puis découverte de **Meymac**, Petite Cité de Caractère.

MERCREDI 16 • BORT-LES-ORGUES & CHÂTEAU DE VAL

Entre château, lac et savoir-faire

Découverte du spectaculaire **Château de Val**, posé au bord du lac.  Pique-nique puis direction **Bort-les-Orgues** et visite du **Musée de la Tannerie et du Cuir** et du Barrage de Bort (**réservation obligatoire**)

LES PROGRAMMES DES SÉJOURS

VENDREDI 18 • SARRAN & SAVEURS CORRÉZIENNES

Histoire & gourmandise

Direction Sarrau pour visiter le **Musée du Président Jacques Chirac** et ses étonnantes collections.  Pique-nique puis, sur le chemin du retour, arrêt à la **Distillerie Rougerie** pour une découverte de son savoir-faire accompagnée d'une **dégustation**.

SAMEDI 19 • L'AIGLE & ROCHERS NOIRS

Une journée exceptionnelle – Journées du Patrimoine

Le matin, visite du spectaculaire **Barrage de l'Aigle et de son usine hydroélectrique**.  Pique-nique puis découverte du **Viaduc des Rochers Noirs** lors d'une visite guidée consacrée au Transcorrèzien et à la restauration de cet ouvrage exceptionnel. Fin de journée au **Jardin de Firmin**.

Réservations obligatoires.

L'IA, au service de la performance des campings !

ANALYSER LES AVIS CLIENTS

Analyse globale des avis clients 2026

Google + réservations directes C2Vert

Positionnement 2027 • Priorités d'investissement 2027

Domaine du Lac / 11 septembre 2026

Cette synthèse croise deux sources complémentaires : les avis Google 2026, qui couvrent familles, groupes/randonneurs, campeurs, couples et clientèle avec animaux, et 34 avis issus des réservations directes via le site Internet, qui permettent une lecture plus fine de la clientèle individuelle et des notes par critère.

1. ANALYSE — Ce que disent ensemble les avis 2026

Les deux sources convergent très fortement : le Domaine du Lac est apprécié moins pour une accumulation d'équipements que pour une combinaison Nature + Lac + Espace + Humain + Convivialité. Les avis directs chiffrent cette perception avec une note globale de 8,96/10 et un accueil à 9,41/10.

1. ANALYSE — Ce que disent ensemble les avis 2026

Les deux sources convergent très fortement : le Domaine du Lac est apprécié moins pour une accumulation d'équipements que pour une combinaison Nature + Lac + Espace + Humain + Convivialité. Les avis directs chiffrent cette perception avec une note globale de 8,96/10 et un accueil à 9,41/10.

Thème	Ce que disent les avis Google	Ce que confirment les avis C2Vert	Lecture stratégique
Accueil / humain	Première force ; Muriel, Max et l'équipe sont fréquemment cités.	9,41/10, meilleure note ; gentillesse, disponibilité et attention.	L'accueil est une signature de marque à préserver et transmettre.
Nature / calme / espace	Calme, forêt, grands emplacements, authenticité et absence de foule.	Cœur de l'expérience : sérénité, déconnexion, verdure ; emplacements à 9/10.	Le calme n'est pas un manque d'animation : c'est une valeur premium.
Lac	Equipement premium et élément de différenciation.	Vue, baignade, plage et proximité structurent le souvenir.	Faire du lac l'icône visuelle et commerciale du Domaine.
Familles	Liberté des enfants, activités, convivialité ; sanitaires à moderniser.	41 % des avis ; attente de services et d'une meilleure information sur les activités.	Promesse : enfants libres et occupés, parents au calme.
Couples / seniors	Calme, cadre naturel, restaurant, randonnée, déconnexion.	44 % des avis directs ; segment majeur encore peu commercialisé.	Fort potentiel pour « Nature & Evasion », notamment hors saison.
Groupes / randonneurs	Accueil, accompagnement, randonnée, restauration, convivialité.	Les individuels confirment l'intérêt rando + lac + table.	Deux offres : séjour collectif clé en main et base nature pour randonneurs individuels.
Camping	Grands emplacements, ombre, forêt, lac ; sanitaires vieillissants.	Services à 7,88/10 contre 9/10 pour l'emplacement.	Le produit physique plaît ; l'effort doit porter sur les services.
Locations / gîtes	Appréciés mais insuffisamment différenciés.	Locations à 9,14/10 ; quelques écarts de literie, canapé et équipement.	Audit logement par logement et modernisation ciblée.
Restauration	Marque fortement les groupes et participe au souvenir.	9/10 ; potentiel de formules repas et packages.	Faire de la table un argument de séjour.
Pet Friendly	Acceptation des animaux appréciée, avantages spécifiques peu connus.	Pas de signal quantitatif spécifique dans les 34 avis directs.	Opportunité de différenciation à mieux communiquer, sans en faire l'axe central.
Fraîcheur / été	Peu explicite dans Google.	La canicule 2026 révèle l'intérêt de l'ombre, des arbres, du lac et des logements frais.	Nouvel argument : « des vacances naturellement au frais ».
Information	Offre existante pas toujours valorisée.	Activités et équipements parfois mal identifiés.	Avant d'ajouter, rendre visible ce qui existe déjà.

Conclusion de l'analyse

Le Domaine du Lac ne doit pas chercher à devenir un camping-club plus équipé. Les deux études disent la même chose : les clients achètent d'abord un lieu, une ambiance et une relation humaine. Le principal risque stratégique serait de dégrader ce capital par la densification ou une course aux infrastructures. Le principal potentiel est d'augmenter la qualité perçue et de mieux segmenter la commercialisation.

L’IA, au service de la performance des campings !

ANALYSER LES AVIS CLIENTS

2. POSITIONNEMENT 2027 — Ce que le Domaine du Lac doit vendre

DOMAINE DU LAC

Nature • Lac • Espace • Accueil • Convivialité

Votre parenthèse nature au bord du lac.

Cible	Positionnement 2027	Promesse client	À mettre en avant
Familles	Famille Nature : liberté, lac et espace	« Ici, les enfants retrouvent de la liberté et les parents du calme. »	Lac, activités nature, grands espaces, peu de foule, services visibles.
Couples / seniors	Nature & Evasion : rando, calme et déconnexion	« Quelques jours pour ralentir, respirer et explorer. »	Randonnée, lac, restaurant, fraîcheur, courts séjours mai-juin-septembre.
Campeurs	Camping nature, espace et tranquillité	« Un vrai emplacement. De vrais arbres. Un vrai lac. »	110–200 m², ombre, calme, lac ; services remis à niveau.
Locations	Un chez-soi dans la nature	« Votre logement au bord du lac, pas une simple chambre. »	Espace, vue, fraîcheur ; pour les groupes : un appartement et des chambres individuelles.
Groupes	Séjour organisé et expérience collective	« Vous vous occupez de votre groupe. Nous nous occupons du séjour. »	Pension complète, randonnée, convivialité, accompagnement, simplicité d’organisation.
Randonneurs	Destination randonnée / base nature	« On ne vous héberge pas simplement en Corrèze. On vous la fait vivre. »	Cartes, départs, Gorges de la Dordogne, retour au lac et à la table.
Avec animaux	Destination réellement Pet Friendly	« Les vacances, c’est avec toute la famille. »	Accueil concret des animaux et équipements spécifiques mieux visibles.

Ne plus vendre seulement...	Vendre la valeur perçue
110 à 200 m² par emplacement	De l’espace pour respirer, de vrais arbres et de vrais emplacements ombragés.
Un lac de 9 hectares	« Notre plus belle piscine fait 9 hectares. »
Des gîtes / cottages	Votre chez-vous dans la nature ; pour les groupes, un appartement et votre propre chambre.
La pension complète	Après la randonnée, tout le groupe se retrouve autour de la table.
De nombreuses activités	Tout ce que vous pouvez faire à votre rythme, sans programme imposé.
Un camping calme	Des vacances sans la foule.
Un site boisé	Des vacances naturellement au frais.
Un accueil personnalisé	On prend encore le temps de s’occuper de vous.

La logique commerciale 2027 doit donc combiner une marque unique — Nature, Lac, Espace, Accueil, Convivialité — et des portes d’entrée distinctes selon les clientèles. Le produit ne change pas ; la manière de le raconter devient beaucoup plus précise.

3. INVESTISSEMENTS 2027 — Où mettre l’argent en priorité ?

Priorité	Investissement / action	Coût	Impact client	Impact commercial	Décision
1	Modernisation progressive des sanitaires	€€€	★★★★★	★★★★	INVESTIR
2	Audit des hébergements logement par logement + corrections ciblées	€ / €€	★★★★★	★★★★★	IMMÉDIAT
3	Préserver et embellir le cadre naturel : arbres, ombre, lac, terrasses, espaces	€	★★★★★	★★★★★	INVESTIR
4	Rendre visibles activités et services : programme, QR code, affichage, livret	€	★★★★	★★★★★	TRÈS PRIORITAIRE
5	Signalétique randonnée, cartes, départs et espace rando	€	★★★★	★★★★★	INVESTIR
6	Wi-Fi et petits services campeurs	€€	★★★★	★★★	INVESTIR
7	Confort d’été : moustiquaires, ventilation, maintien de l’ombrage	€€	★★★★	★★★★	INVESTIR
8	Valorisation restaurant et convivialité des espaces repas / packages	€	★★★★	★★★★	INVESTIR
9	Photos, vidéos et pages web différenciées par persona	€	★★★	★★★★★	TRÈS PRIORITAIRE
10	Équipements et communication Pet Friendly	€	★★★	★★★★	OPPORTUNITÉ

La doctrine d’investissement 2027

- CORRIGER — les irritants qui font baisser la perception qualitative : sanitaires, literie, équipements défectueux, Wi-Fi.
- HOMOGÉNÉISER — garantir un niveau de confort cohérent dans chaque gîte et cottage, sans rénovation générale aveugle.
- EMBELLIR ET PROTÉGER — renforcer le lac, la forêt, les terrasses, l’ombre et les espaces sans densifier ni suréquiper.
- VALORISER — rendre visibles les activités, la randonnée, la restauration, les grands emplacements, les logements et le Pet Friendly.
- PROFESSIONNALISER — préserver et transmettre « l’esprit Domaine du Lac » afin que l’expérience ne dépende pas uniquement de Muriel et Max.
- COMMUNIQUER DIFFÉREMMENT — construire des messages et contenus spécifiques Famille / Couple-Senior / Groupe / Campeur / Randonneur.

L'IA, au service de la performance des campings !

ANALYSER LES AVIS CLIENTS

4. SYNTHÈSE DE DIRECTION — Le plan 2027 en un tableau

ANALYSE 2026	POSITIONNEMENT 2027	INVESTISSEMENT / ACTION 2027
L'humain est la première force	Faire de l'accueil une signature	Préserver, formaliser et transmettre l'esprit Domaine du Lac.
Le lac structure le souvenir	En faire l'icône du Domaine	Aménagements légers, qualitatifs et communication centrée lac.
Calme, nature, espace sont recherchés	Assumer la parenthèse nature sans la foule	Ne pas densifier ; entretenir arbres, ombre et espaces.
Les familles recherchent liberté + services	Développer « Famille Nature »	Sanitaires + meilleure visibilité des activités et services.
Couples/seniors = 44 % des avis directs	Développer « Nature & Evasion »	Rando + restauration + courts séjours hors saison.
Les groupes valorisent l'expérience globale	Développer groupes/rando clé en main	Rando + restauration + confort + organisation fluide.
Les emplacements plaisent, services à 7,88	Monter en qualité côté camping	Sanitaires + Wi-Fi + petits services.
Locations à 9,14/10 mais hétérogènes	Capitaliser sur le logement dans la nature	Audit + modernisation ciblée logement par logement.
Restaurant à 9/10 et fort souvenir groupe	Faire de la table un argument de séjour	convivialité des espaces.
La canicule révèle la fraîcheur du site	« Des vacances naturellement au frais »	Moustiquaires, ventilation, préservation de l'ombrage.
Des services existent mais sont méconnus	Augmenter la valeur perçue	Programme séjour, QR code, signalétique, site Internet.
Pet Friendly apprécié mais peu visible	Passer de « animaux acceptés » à une vraie promesse	Équipements et communication spécifiques.

En une phrase :

La stratégie 2027 ne doit pas être d'ajouter toujours plus au Domaine du Lac, mais de corriger ce qui nuit à la qualité perçue, d'homogénéiser le confort, de protéger le lac, le calme, les arbres et l'espace, puis de mieux vendre — à chaque clientèle — tout ce qui fait déjà la différence du Domaine.

Objectifs de pilotage issus des avis directs : faire progresser la note globale de 8,96 à plus de 9,2/10, porter les services camping de 7,88 à plus de 8,5/10, améliorer la satisfaction des familles et conserver l'excellence de l'accueil. Les avis Google complètent ces objectifs en confirmant la priorité sanitaires, le potentiel groupes/randonnée, la restauration, les gîtes et le Pet Friendly.

TABLE RONDE

**L'IA, au service de la performance
des campings !**



Julie CHINDAMO

TABLE RONDE



**L'IA, au service de la
performance des campings !**



LA FÉDÉRATION DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

au service des campings



LA FÉDÉRATION DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

au service des campings



Sébastien Buffet
Président
✉ contact@frhpal.com



Muriel darfeuille
Vice président pour la Corrèze
✉ correze@frhpal.com



Madelinde Hamelink
vise president de la Haute Vienne
✉ la-haute-vienne@frhpal.com
☎ +33 6 59 02 80 03



Julie Chindamo
Secrétaire
✉ contact@frhpal.com



Richard Chapuis
membre CA
✉ compta@frhpal.com



Marcel van Nus
Trésorier
✉ compta@frhpal.com



Antony Moreau
Membre CA
✉ contact@frhpal.com



Anthonie Muijén
membre CA
✉ contact@frhpal.com



LES MEMBRES
BÉNÉVOLES
ENGAGÉS DANS
LA FRHPAL



ON SE RETROUVE À 14H APRÈS LE DÉJEUNER

Offert par la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air avec la participation de la société Le Gain

TABLES RONDES

Anticiper, s'adapter et se différencier

Table ronde 1

Relever le défi climatique

Table ronde 2

Se différencier pour mieux exister



TABLE RONDE

Relever le défi climatique



Anne TREVET

LIMOUSIN
nouveaux horizons



Nicolas PICARD



Nicolas DAYOT



Lieutenant Grégory Madelaine

LOUSUAIS
espace et camping naturiste

Gilles Bessec

TABLE RONDE

Relever le défi climatique



Nicolas PICARD

Relever le défi climatique

L'été 2026 n'est pas une parenthèse !



DEUX AMBITIONS



aujourd'hui, panique à bord

LES POLITIQUES DOIVENT
CHANGER EN PREMIER
ET MONTRER LA VOIE !

MAIS NON,
C'EST AUX CONSOMMATEURS
DE CHANGER DE COMPORTEMENT,
LE RESTE SUIVRA...

N'IMPORTE QUOI !
C'EST AUX
INDUSTRIELS
DE CHANGER !

AVIATION ?

RÉINDUSTRIALISATION ?

HYDROGÈNE !

BATTERIES !

CROISSANCE ?

NUCLÉAIRE !

ET LA SOBRIÉTÉ ?
FIN DE L'ABONDANCE ?

OUH LALÀ... MAIS...
ON NE COMPREND PLUS RIEN !
ÇA PART DANS TOUS LES SENS...
COMMENT FAIRE
À NOTRE ÉCHELLE LOCALE ?

ALLO ?
TRANSITIONS LIMOUSINES ?

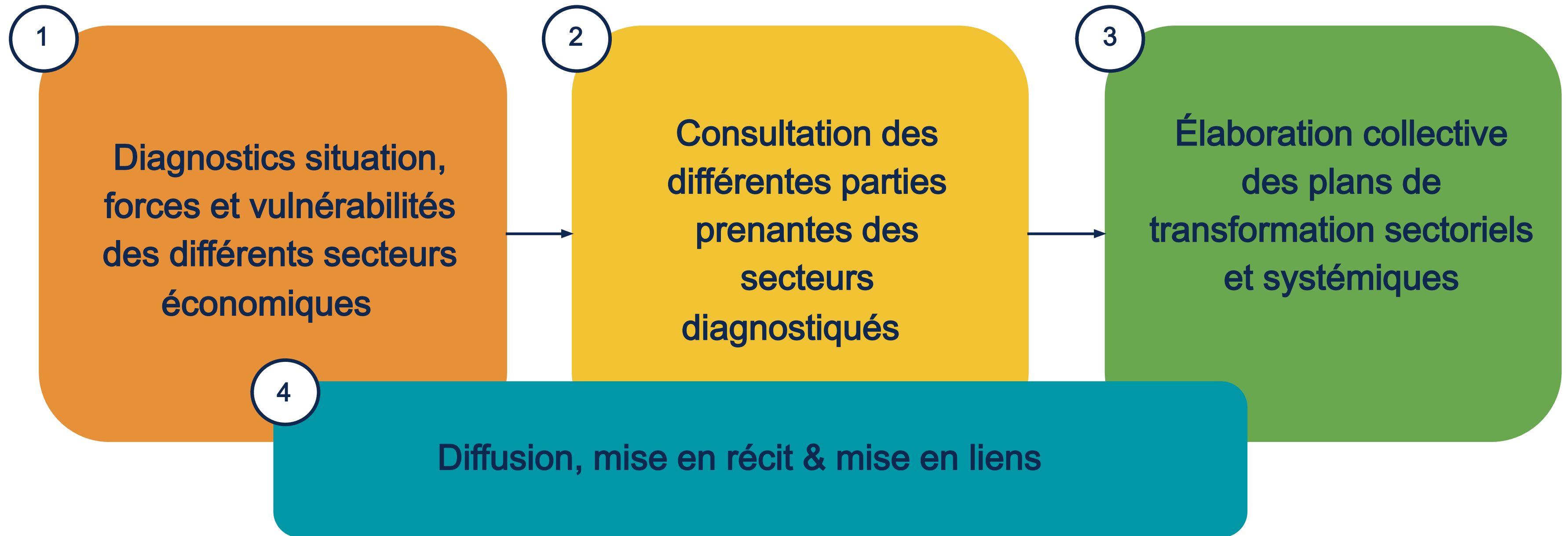
**RENDRE
ACCESSIBLES
DES SUJETS
COMPLEXES,**
afin d'éclairer les
débats et les prises
de décisions

LES COLLAPSONAUTES



©Bruno Chaplot
pour Transitions
Limousines

COMMENT : LE PTELIM

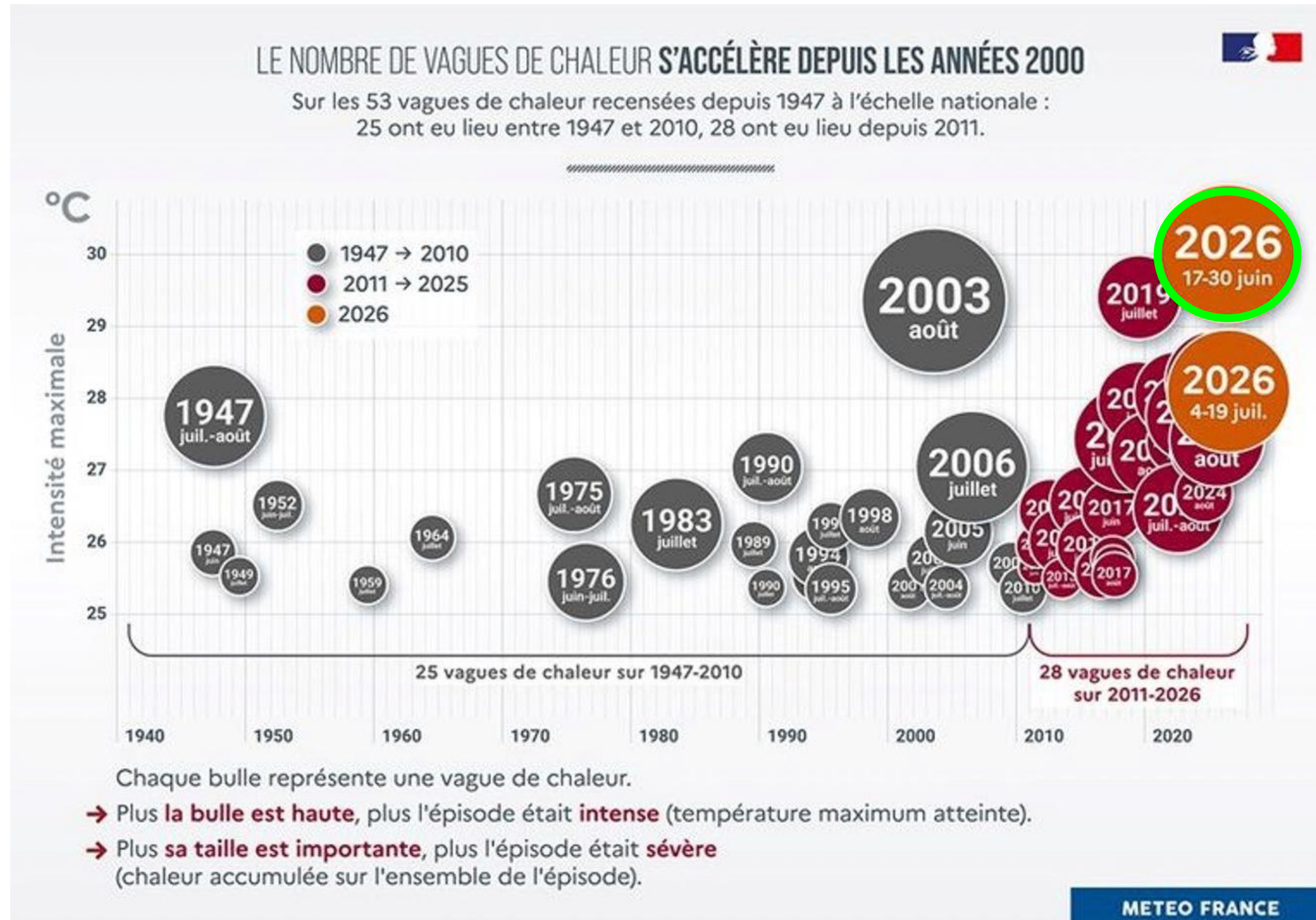


- Dimension systémique
- Attachement à la méthode scientifique
- Publications ouvertes

Rappels Climatiques



AUGMENTATION DES TEMPÉRATURES EN ÉTÉ

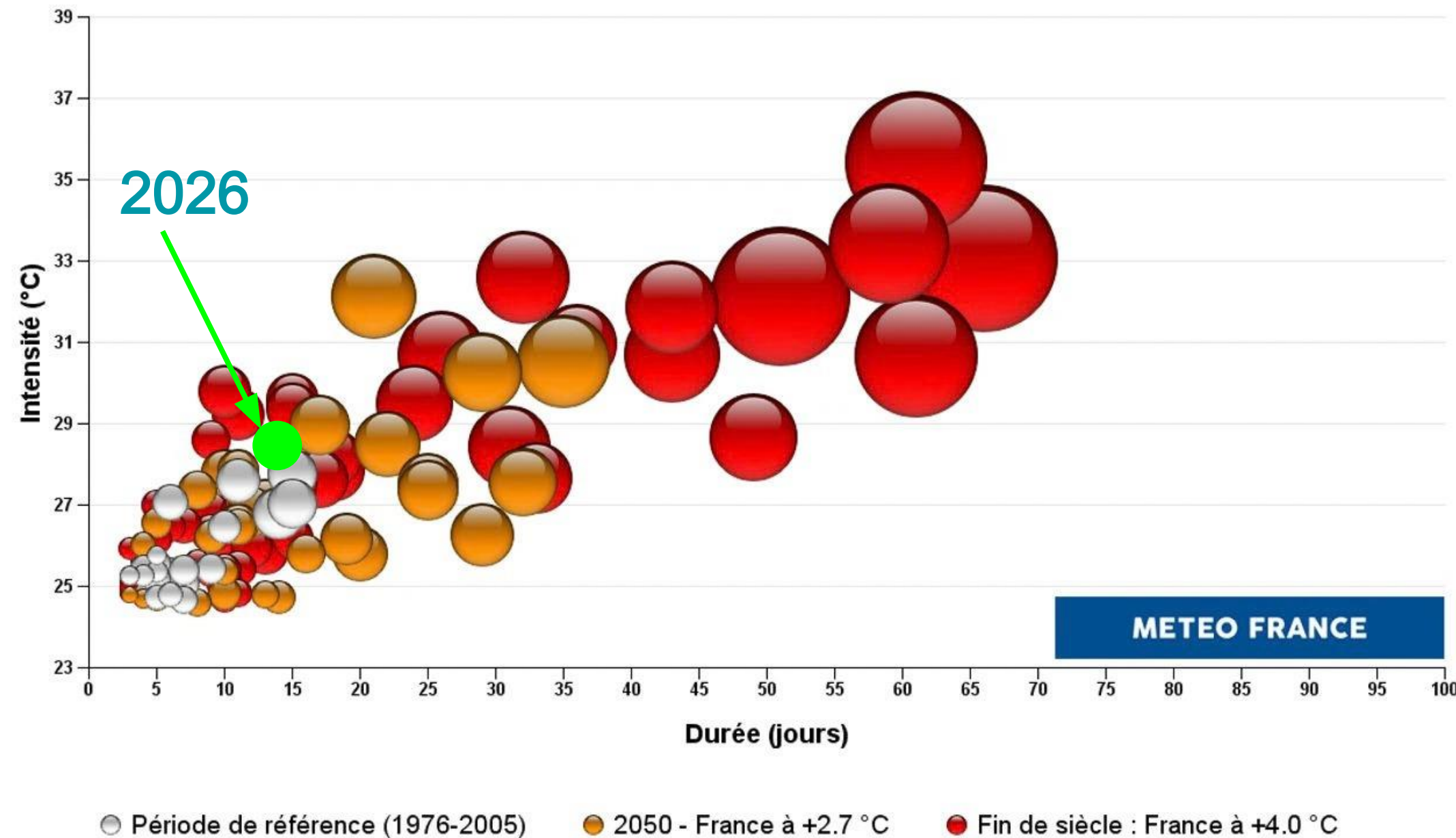


AUGMENTATION DES TEMPÉRATURES EN ÉTÉ



Vagues de chaleur en France : climat passé et horizons TRACC autour de 2050 et 2100

Simulation SMHI-RCA4_ICHEC-EC-EARTH



NOMBRE MOYEN DE
JOURS DE VAGUE DE
CHALEUR EN
LIMOUSIN

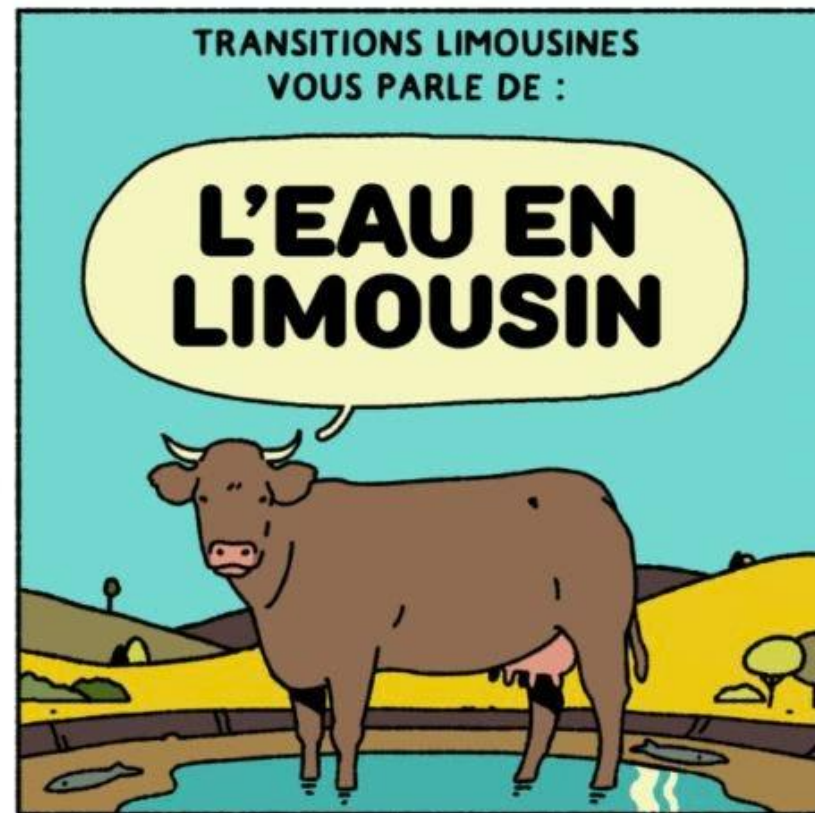
par rapport à 1976 - 2005

>> x 3 en 2030

>> x 5 en 2050

>> x 10 en 2100

UNE GÉOLOGIE PARTICULIÈRE

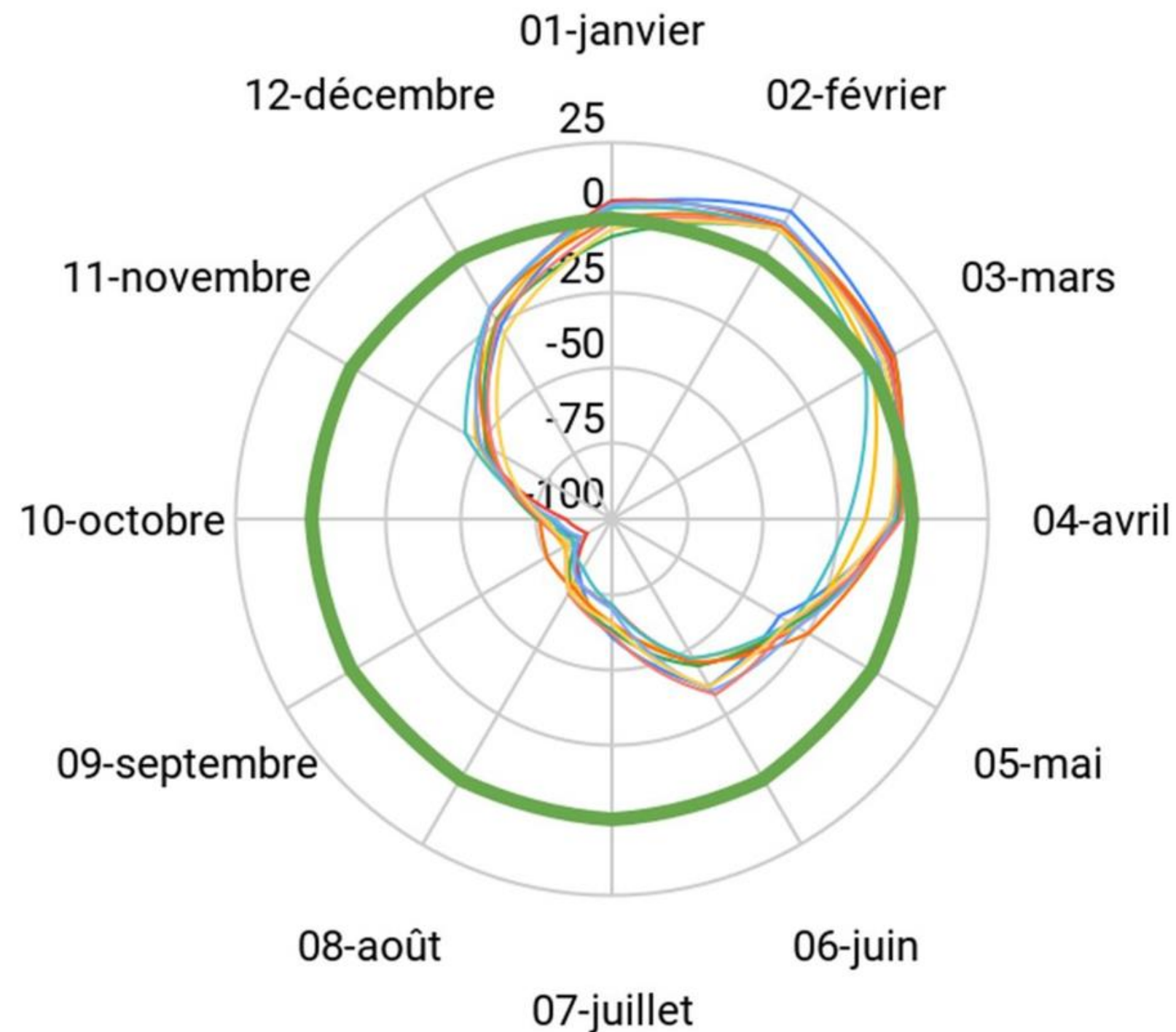


DES DÉBITS EN RÉGRESSION



Ecart relatif de débit médian mensuel (%)

Scénario RCP8.5 horizon H3



- La Briance à Condat-Sur-Vienne
- La Correze à Tulle [Aval]
- La Dordogne à Argentat
- La Gartempe à Bessines-Sur-Gar
- La Grande Creuse à
- La Maronne à Pleaux
- La Vezere à Uzerche
- La Vienne à Verneuil-Sur-
- Le Taurion à St-Priest-
- REF

>> Écart par rapport au même mois en moyenne sur la période de référence (1976-2005)

>> Echelle de +25% à -100%.



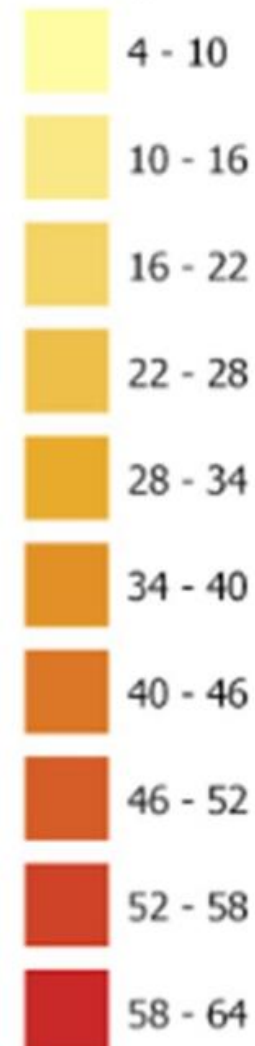
Et sur les forêts ?

En 2040 - 2070
selon le scénario
médian, écart du
nombre de jours
avec Indice Forêt
Météo > 20
par rapport à la
période de
référence

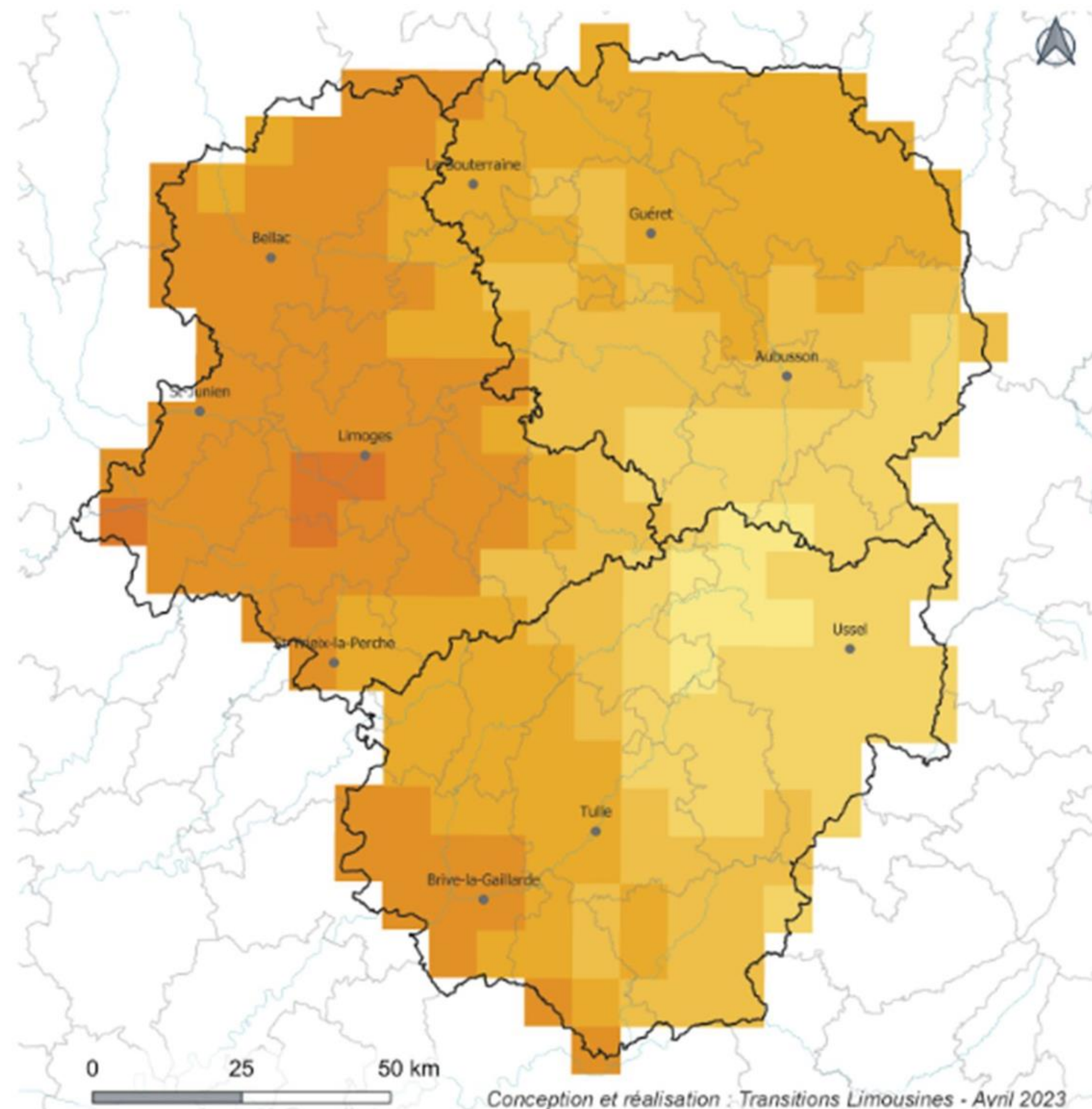


Légende :

DRIAS_AIFM20-A2-H2



Sources : projections climatiques régionalisées réalisées dans les laboratoires français de modélisation du climat (IPSL, CERFACS, CNRM) et mises à disposition par DRIAS les futurs du climat : <http://www.drias-climat.fr/>



UN GUIDE EN LIGNE ET EN VERSION IMPRIMÉE

L'été 2026 n'est pas une parenthèse

Comprendre le climat futur du Limousin et préparer les décisions locales.



TABLE RONDE

Relever le défi climatique



**Lieutenant Grégory
Madelaine**

TABLE RONDE

Relever le défi climatique

Nombre de feux de
végétation

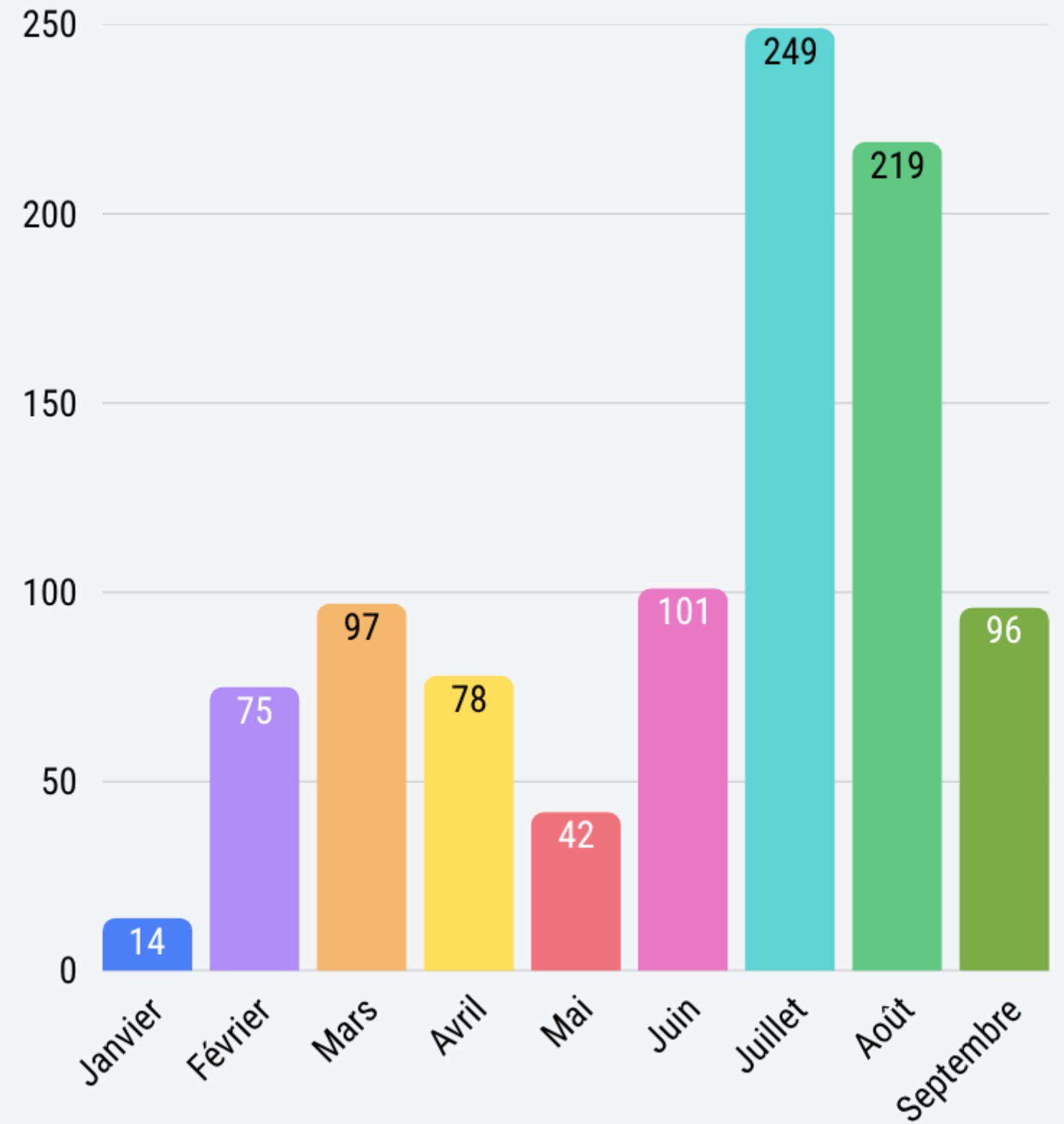
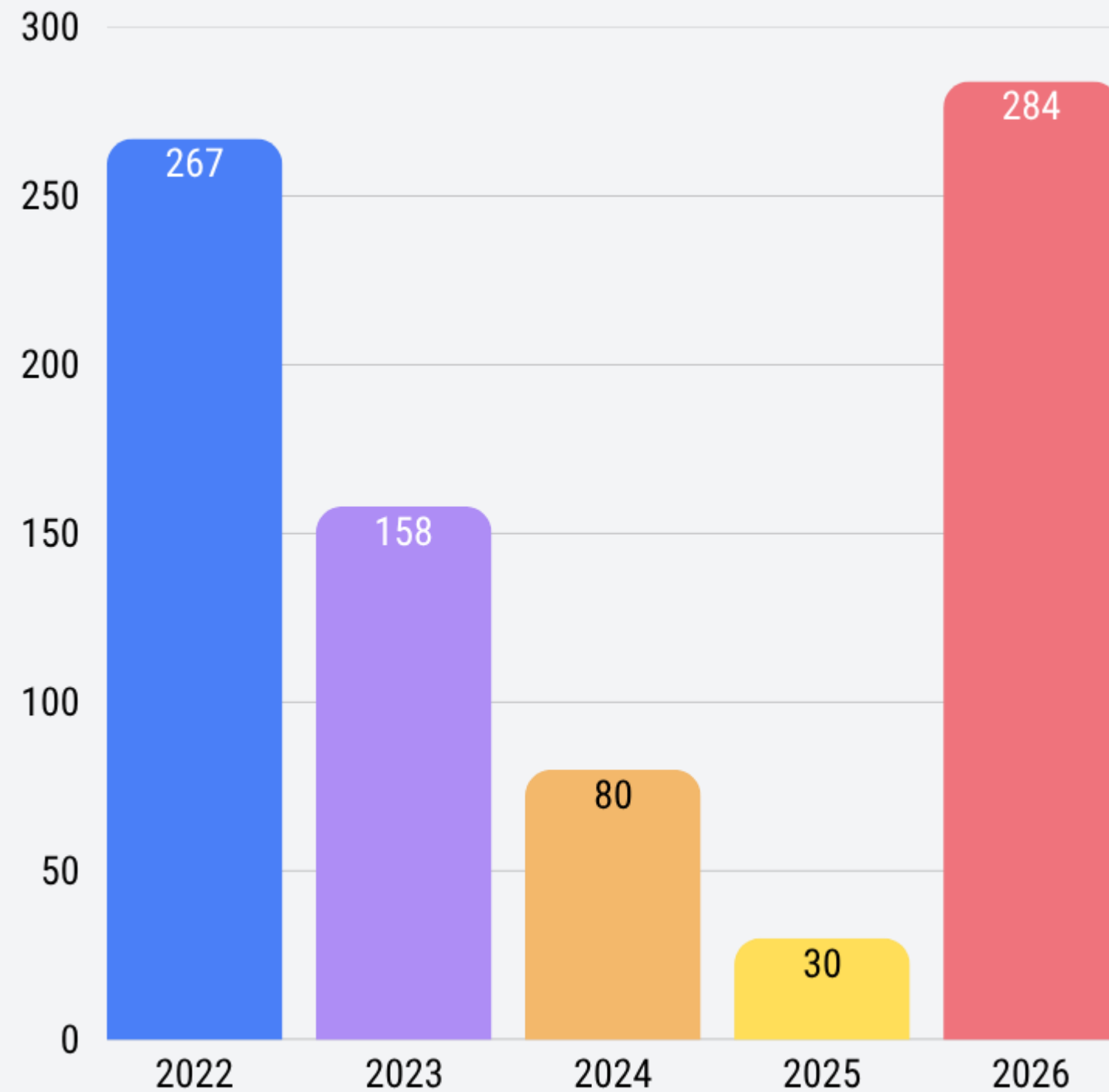
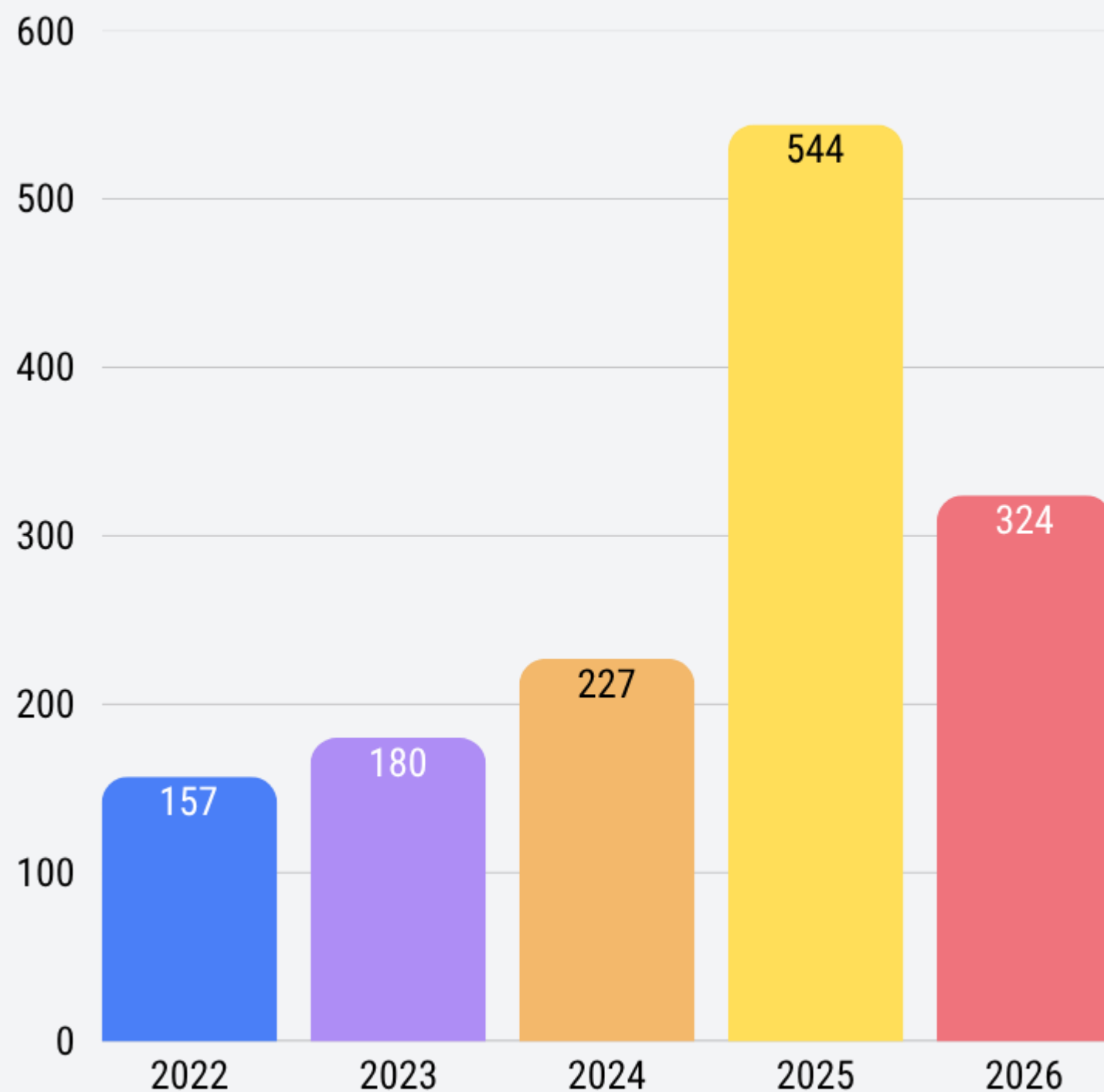
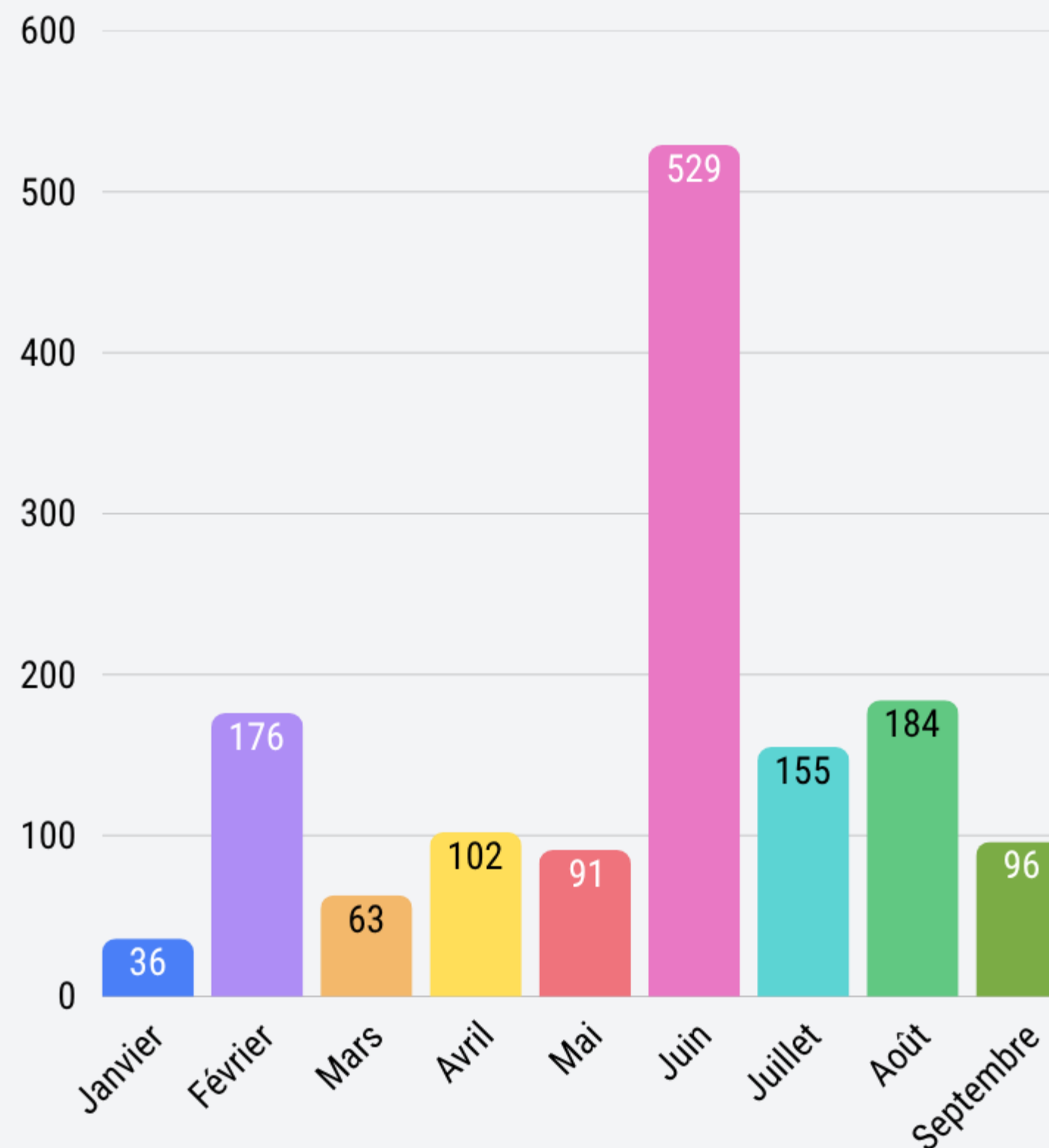


TABLE RONDE

Nombre d'interventions divers
période estivale



Relever le défi climatique



Georisques


GÉORISQUES
 Mieux connaître les risques sur le territoire

Contact Paramètres d'affichage

Rechercher

Particulier Collectivité Expert

Un incident technique affecte plusieurs fonctionnalités du site dont la génération des rapports. Accès restreint. Ce site et ses services sont réservés exclusivement aux utilisateurs situés en France. Veuillez nous excuser pour la gêne occasionnée.

Connaître les risques près de chez moi

Veuillez renseigner votre adresse

Adresse exacte Accéder à mes risques

ou recherchez sur une carte... ou recherchez via une parcelle cadastrale...

Connaître ses risques en tant que particulier



M'informer sur un risque

Comprendre les risques

→



Me préparer, me protéger

Réduire ma vulnérabilité

→



Etre accompagné

Connaître les aides financières et les démarches à effectuer (information acquéreur locataire...)

→

Vous souhaitez louer ou vendre un bien ?

Renseigner l'ERRIAL, votre Etat des risques gratuit, en vue de la location ou de la vente d'un bien.

Errial, l'état des risques

Actualités et événements à la une



Divers

Météo-France renforce



Campagne de prévention

Campagne de prévention des



Campagne de prévention

Campagne de prévention

Vigiecrue


RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité


VIGICRUES

Vigicrues.gouv.fr
 Le service d'information sur le risque de crues
 des principaux cours d'eau en France


 Se connecter


 Adour-Garonne


 Loire-Bretagne


 Seine-Nord-Est


 Rhône-Méditerranée


 Outre-mer



ATTENTION! Le site Vigicrues a vocation à fournir à chacun l'ensemble des informations disponibles en cas d'inondation. Les mesures de débit en rivière, que vous y trouvez, sont arrondies à 0,1 m³/seconde soit 100 litres/seconde, arrondi suffisant en situation de crue. En ce moment, l'ensemble du réseau surveillé est en situation de sécheresse. Pour accéder à la donnée de référence dans le contexte actuel, rendez-vous sur notre outil dédié, Hydroportail : hydro.eaufrance.fr



L'état maximum de la vigilance crues métropolitaine est orange.
 ⚠ *Risque de crue génératrice de débordements importants susceptibles d'avoir un impact significatif sur la vie collective et la sécurité des biens et des personnes.*

4 tronçons en vigilance orange, 12 tronçons en vigilance jaune.

Afficher les informations de mon territoire


 Se géolocaliser

Accéder au bulletin d'information national publié le 30.09.2026 à 05h55 HL

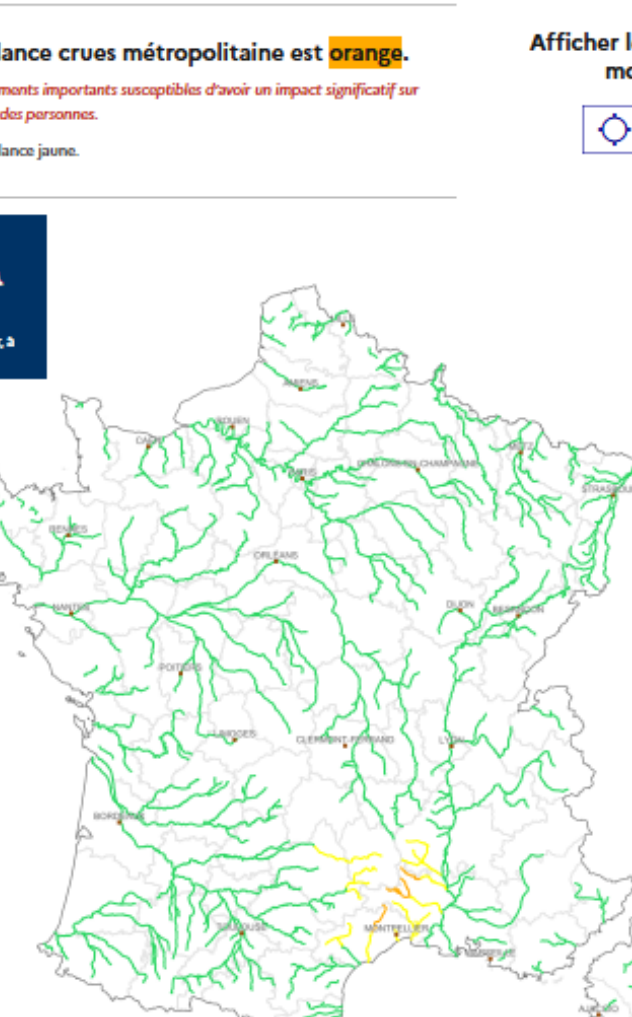



Production de l'information au moins deux fois par jour, à 10h et 16h.

Cliquez sur une zone de la carte pour afficher les informations locales

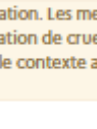
Légende

- Rouge : Risque de crue majeure
- Orange : Risque de crue génératrice de débordements importants
- Jaune : Risque de crue génératrice de débordements
- Vert : Pas de vigilance particulière requise

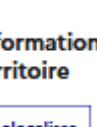


VIGICRUES 30/09/2026_06


MÉTÉO-FRANCE



Météo-France - Aujourd'hui



Météo-France - Demain

Vigilance météorologique en France (Météo-France)


VIGICRUES
FLASH

VIGICRUES FLASH

Service automatique d'information sur le risque de crue soudaine

TABLE RONDE

Relever le défi climatique

L O U S S U A I S
espace et camping naturiste

Gilles Bessec

LOUS SUAIS
espace et camping naturiste

Camping Lous Suaïs

à Cheissoux

Au cœur de la Réserve Internationale
de Ciel Etoilé



4 étoiles



80
emplacements



Lac naturel
de baignade
30 hectares



Parc naturel régional
de Millevaches



Haute-Vienne
(Limousin)



Site privé
sans vis-à-vis



Camping
naturiste



Créé en
1989

www.loussuais.com

Les déchets au camping

Une problématique permanente et complexe

Des coûts en augmentation

Transport, traitement, carburant, achat de produits, main d'œuvre, équipements...

Des pollutions

CO₂

Émissions de CO₂, produits chimiques dans l'environnement, impacts sur la biodiversité et les ressources.

Du bruit

Camions, machines, passages fréquents en déchetterie, perturbations pour les vacanciers et la faune locale.

Manque de place pour chaque poste

Espaces de stockage rapidement saturés, circulation difficile, organisation complexe.

Passages en déchetterie

Des trajets réguliers nécessaires pour évacuer les déchets verts, les cartons, les déchets divers...

Beaucoup de déchets verts

Feuilles, branches, tonte, élagage...

Nombreux cartons des fournisseurs

Livraisons régulières et emballages volumineux.

Huiles usagées de friture

À recycler par camions jusqu'à Bordeaux (longue distance en Diesel).

Utilisation de produits phytosanitaires

Pour l'entretien des espaces (herbes indésirables, maladies, parasites).

Faire du déchet une ressource

Des cercles vertueux pour un territoire vivant





La pipistrelle commune

Un allié naturel contre les moustiques !

Depuis la reprise du camping en 2016, nous agissons pour préserver la nature. L'arrêt des produits phytosanitaires a permis le retour des insectes et l'installation progressive de plusieurs colonies de pipistrelles, qui participent naturellement à la régulation des moustiques.



Arrêt des produits phytosanitaires



Moins de moustiques grâce aux chauves-souris



Des colonies qui grandissent

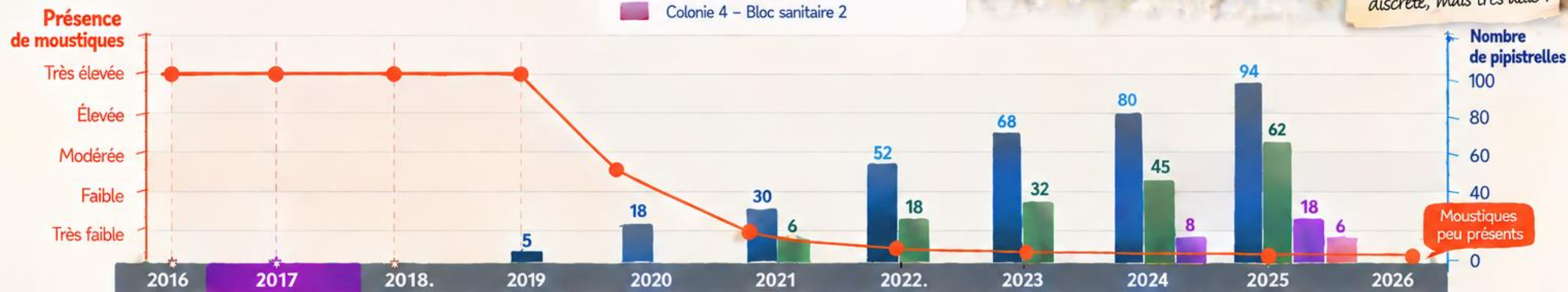
Nombre de pipistrelles (estimations)

- Colonie 1 – Bar (près du lac)
- Colonie 2 – Proche du chalet d'habitation
- Colonie 3 – Bloc sanitaire 1
- Colonie 4 – Bloc sanitaire 2



Pipistrelle commune
Pipistrellus pipistrellus

Une petite chauve-souris discrète, mais très utile !



Un cercle vertueux naturel

La pipistrelle limite puis fait disparaître la chenille processionnaire du chêne



La pipistrelle commune
Pipistrellus pipistrellus

Un allié discret
mais très efficace !

1

Le papillon est nocturne

Le papillon de la chenille processionnaire du chêne vole la nuit.



2

La pipistrelle le mange

La pipistrelle chasse la nuit et se nourrit de ces papillons.



3

Moins de pontes

En consommant les papillons, la pipistrelle empêche la ponte d'œufs sur les chênes.



4

Pas de chenilles

Sans ponte, il n'y a pas de nouvelles chenilles au printemps suivant.



6

Des chênes en bonne santé

Moins de chenilles signifie des chênes préservés et un environnement plus agréable pour tous.



5

Les nids disparaissent

Les nids ne passent pas d'un arbre à un autre. Sans nouvelles chenilles, les nids ne réapparaissent pas.



Camping Lous Suais

Naturisme • Nature • Partage

Nos déchets deviennent des sources d'économie

Cartons usagés

Huiles usagées

Déchets verts

Des produits locaux et durables

Thyms en pots
Ignis Aqua
(bougies et lampes de veille)
Autres créations locales

Les visiteurs achètent et soutiennent l'économie locale

Marché de Cheissoux

Fromages locaux

Légumes de saison

Miel du Limousin

ÉCONOMIE CIRCULAIRE
au camping Lous Suais

Thyms du Limousin

Ignis Aqua Umbra

Ignis Aqua Citra

Ignis Aqua Nova

Ignis Aqua Silva



Des déchets valorisés sur place
Cartons, huiles usagées, déchets verts



Des produits utiles et appréciés
Thyms, Ignis Aqua et autres créations locales



Des visiteurs contents
Ils repartent avec des produits durables et locaux



Des retombées pour la commune
Ils achètent aussi au marché et soutiennent les producteurs locaux



La communauté de communes
La taxe de séjour soutient le territoire



Le développement durable rapporte à tous !
Une nature préservée, une économie locale renforcée.

TABLE RONDE

Relever le défi climatique



Nicolas DAYOT

TABLE RONDE

Se différencier pour mieux exister



Nathalie MANIERE



Aurélie LOUBES



Eric LEGROS



Marie LEMAIRE

TABLE RONDE



Nathalie MANIERE

Se différencier pour mieux exister



TABLE RONDE

Se différencier pour mieux exister



Aurélie LOUBES

RENCONTRES DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR
Uzerche · 9 octobre 2026



SE DIFFÉRENCIER POUR MIEUX EXISTER

→ Ce que nous disent les clientèles des campings en Nouvelle-Aquitaine et en Limousin

Aurélie Loubes · Directrice générale du CRT Nouvelle-Aquitaine

01

QUI SONT NOS CLIENTÈLES ?



→ Profils, origines, manières de choisir



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**
Comité Régional
du Tourisme

L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR, MOTEUR DU TOURISME NÉO-AQUITAIN

→ Nouvelle-Aquitaine · saison 2025

30,3 M

nuitées encamping d'avril à septembre :
1ère région de France

≈ 3/4

des nuitées encamping réalisées par des
Français

+8 %

de nuitées étrangères (8,3 M), portées par
les Allemands et les Espagnols

→ Limousin · nuitées en camping 2025 / 2024

1,2 M

4% des nuitées
régionales

27 %

des nuitées réalisées par des
étrangers

+14%

de nuitées étrangères

+22 %

Corrèze, 721 000 nuitées (+128 000 nuitées)

+11 %

Creuse, 200 000 nuitées (+20 000 nuitées)

+11 %

Haute-Vienne, 255 000 nuitées (+25 000 nuitées)

QUI SONT LES CAMPEURS DU LIMOUSIN ?

→ Quatre profils à connaître

→ Des Français venus de loin

En Limousin, 3/4 des touristes sont français, à plus de 80 % extrarégionaux, Ligériens en tête. Nouveauté : Auvergne-Rhône-Alpes entre sur le podium, derrière l'Île de France.

→ Des familles en été

Les familles avec enfants représentent près 60% des séjours en camping camping en saison estivale.

→ Des seniors... et des jeunes

14 % des touristes sont seniors et 18 % ont moins de 25 ans, Tendance plus marquée en Creuse, 17 % de seniors et 21 % de moins de 25 ans.

→ Des Européens qui reviennent

+30% de touristes européens par rapport à 2024 : +35 % de Néerlandais, +21 % d'Allemands et +55 % d'Espagnols

COMMENT ILS CHOISISSENT

→ La relation avant la plateforme

25 %

s'informent d'abord par le bouche-à-oreille

13 %

ne s'informent pas du tout avant de partir

87 %

des étrangers réservent en direct auprès de l'hébergeur, en ligne

62 %

réservent moins d'un mois avant le départ (36% en région)

→ **Pour un petit camping, chaque client satisfait est le premier canal d'acquisition.**

LE SÉJOUR : LE PLEIN DE RESSOURCES

→ Quatre profils à connaître

→ Un paysage apaisant

La nature environnante est le principal élément déclencheur des séjours ainsi que la douceur de vivre. La gastronomie attire près de la moitié des touristes étrangers.

→ Des campeurs actifs et curieux

Des pratiques majoritairement sportives et de loisirs, randonnée en tête, mais aussi culturelles : visite de villages et cités de caractère.

→ Des Français sportifs

72% ont pratiqué une activité sportive ou de loisir : près de la moitié des randonnées, et plus d'un quart du vélo sans oublier le canoë !

→ Une grande satisfaction

Plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits de leur séjour, dont près de la moitié TRÈS satisfaits !

COMBIEN ILS DÉPENSENT

→ Une dépense qui profite à tout le territoire

67,4 M €

De retombées économiques

57 €

Dépense moyenne par jour et par personne

Répartition par poste de dépense

47% hébergement
14% restauration
18% achat alimentaire
8% loisirs
5% transports
3% shopping
5% autres



**Les étrangers dépensent davantage :
62 € par jour, porté par les dépenses
de bouche.**

+25 % en restauration et +15% en
achat alimentaire par rapport aux
touristes français

TROIS SIGNAUX À SURVEILLER

→ Des marges de progrès accessibles

Des séjours qui raccourcissent

3,4 jours en moyenne en camping en
Limousin

Une satisfaction perfectible

8,6/10 pour l'ensemble des campings, 8,4/10
en Creuse (la note départementale la plus
basse)

Recommandation (NPS) : 56
62 en été, 40 pour les étrangers

Des angles morts faciles à corriger

Information sur l'offre durable : 7,3/10.
Information dans la langue du visiteur :
5,4/10.

02

ATTENTES ET LEVIERS

→ Ce qui fait la différence pour un camping rural



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**
Comité Régional
du Tourisme

CE QU'ILS VIENNENT CHERCHER EN MILIEU RURAL

→ Plus petit, plus proche de la nature, plus accessible

- Les territoires ruraux progressent plus vite que le littoral
- Un taux d'occupation plus élevé dans les campings classés 4 et 5 étoiles en Corrèze et en Haute-Vienne, en entrée de gamme en Creuse.
- 60% des campeurs français en emplacements nus, 80% pour les campeurs étrangers pour 75% de l'offre en emplacements.
- Un taux d'occupation plus élevé en emplacements équipés quelque soit le département.

→ Pourquoi le Limousin ?

26% les espaces naturels · 25% les campagnes · 24 % les lacs et rivières · 20% la douceur de vivre

→ Ce qu'ils y font

49% repos · 39% randonnée · 29 % villages de caractère · 29 % marchés et brocantes · 27 % savoir-faire

SIX LEVIERS À FAIBLE INVESTISSEMENT

→ Le territoire comme premier équipement

01

L'hospitalité comme marque

L'accueil de la population est l'atout le plus salué par les visiteurs.

02

Un camp de base nature

Vendre le territoire autour : rando, vélo, baignade. Viser Accueil Vélo.

03

L'ancrage local

Producteurs, artisans, circuits courts : la dépense dépense reste sur le territoire.

04

Un engagement visible

Afficher ses pratiques durables, traduire ses supports d'accueil.

05

Vente directe et avis

Fiche Google à jour, réservation en ligne simple, simple, réponse à chaque avis.

06

Saison et fraîcheur

Ailes de saison, ombre et rivières comme réponse réponse aux canicules.



LE TERRITOIRE EST VOTRE PREMIER ÉQUIPEMENT

→ Les clientèles cherchent une relation, un lieu et du sens. Un petit camping bien ancré peut y répondre mieux qu'un grand établissement standardisé.

Merci pour votre écoute · Données et accompagnement : pro.en-nouvelle-aquitaine.fr

TABLE RONDE

Se différencier pour mieux exister



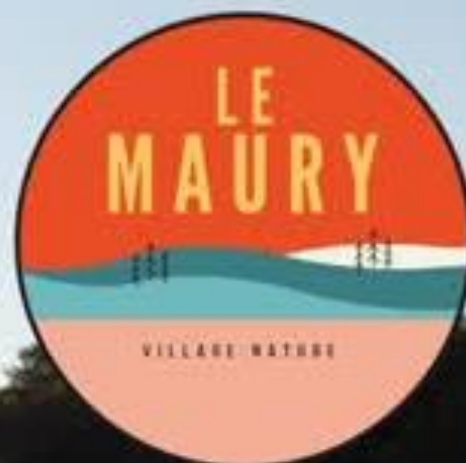
Eric LEGROS

TABLE RONDE

Se différencier pour mieux exister



Marie LEMAIRE



**JE RÉSERVE
EN LIGNE**

ACTIVITÉ "VITALITÉ EN PLEIN AIR"

JE RÉSERVE

TABLE RONDE

Se différencier pour mieux exister



STAGE FROID ET RESPIRATION

[Plus d'informations ici](#)

JE RÉSERVE PAR MAIL →

Votre accompagnateur : Pierre Barbanceys

Expert en santé globale et optimisation naturelle

Passionné par la santé et le bien-être, Pierre Barbanceys accompagne depuis plusieurs années celles et ceux qui souhaitent reprendre le contrôle de leur santé de façon naturelle et durable.

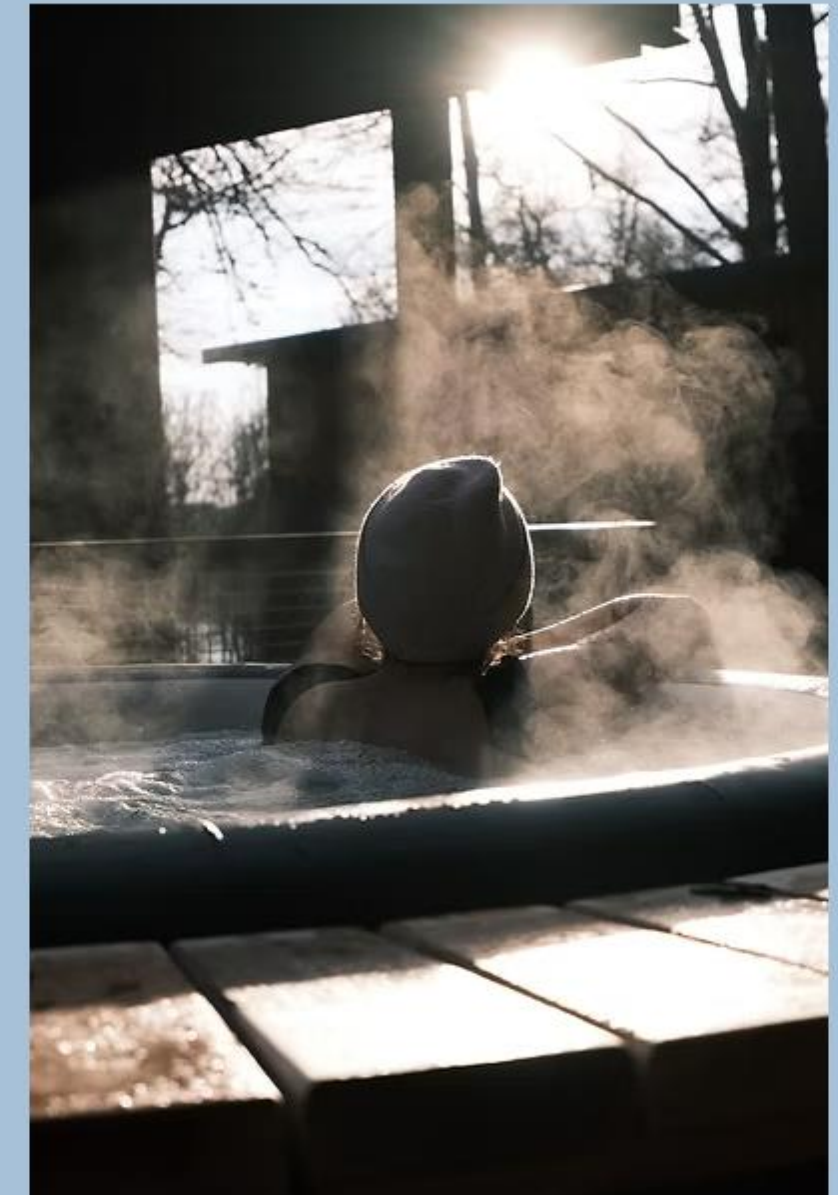
Enseignant diplômé en Activité Physique Adaptée – Santé, coach en respiration certifié (Oxygen Advantage, Academy Inspire) et formé en Nutrition Santé, il combine les approches les plus efficaces pour booster votre énergie, renforcer votre résilience et améliorer votre qualité de vie.

Spécialisé dans le biohacking naturel et notamment dans l'exposition au froid et au chaud, Pierre s'est formé auprès de Leonardo Pelagotti, expert avancé de la méthode Wim Hof, et partage aujourd'hui son expertise en tant que coach à l'Academy Inspire.

Fondateur de Sport Santé Haute-Corrèze, Pierre a accompagné de nombreuses personnes sur le chemin d'une santé optimale. Son credo : vous rendre acteur de votre bien-être pour révéler tout votre potentiel physique et mental.

Lors de ce stage, il vous invitera à vivre une expérience profondément transformatrice grâce aux puissants leviers que sont les bienfaits du froid, la respiration consciente et le mouvement.

Fort de ses multiples formations, stages et expériences personnelles, il vous apportera des outils concrets et accessibles pour réinitialiser votre corps, clarifier votre esprit et ancrer durablement de nouvelles habitudes de vie.



MERCI POUR VOTRE PARTICIPATION

Ensemble, préparons l'avenir de l'hôtellerie
de plein air en Limousin
Comprendre - Échanger - S'adapter - Agir

