



TRIBUNE

## « Le camping-car, un enjeu pour une forme d'économie touristique en développement »

GÉRARD COUTÉ

PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION DES CAMPEURS, CARAVANIERES ET CAMPING-CARISTES

**L**e camping-car est devenu un véritable phénomène de société avec un parc de 600 000 véhicules en France et 1,8 million en Europe. L'intérêt renforcé pour les véhicules de loisirs et la perspective d'une sortie de crise liée à l'accélération des vaccinations contre la Covid-19 engendreront le maintien d'une très forte demande pour les camping-cars dans les prochains mois. Notons qu'il était déjà prévu une arrivée sur le marché d'environ 20 000 camping-cars neufs par an.

Au développement de la pratique du camping-car est lié un certain nombre d'enjeux économiques industriels et touristiques importants pour notre économie nationale. Les entreprises françaises de production et de commercialisation de véhicules de loisirs sont solidement implantées en France et en Europe. Elles assurent ainsi un grand nombre d'emplois industriels et de services. Les trois principaux constructeurs français que sont Trigano, Rapido et Pilote emploient plus de 12 000 collaborateurs et produisent annuellement 55 000 camping-cars, dont près d'un tiers est destiné au marché français. La commercialisation est opérée par un réseau de distributeurs où environ 3 000 salariés qualifiés assurent la

vente, l'entretien et le service après-vente des véhicules.

Le marché du camping-car est en constante progression. Faut-il accompagner son développement ou se protéger de son invasion ? Alors qu'un hôtel a, dans le meilleur des cas, un taux d'occupation annuel de 80 %, l'hébergement en camping-car présente, quant à lui, un taux d'occupation de 100 %. Facteur de développement touristique, le camping-car constitue un apport de lits touristiques, là où la construction d'hébergements touristiques n'est pas rentable. Ainsi, le stationnement des camping-cars peut créer une concentration de lits qui impactent positivement le commerce local, dans des lieux où les ouvertures de camping seraient sources de déficit hors saison, et où il n'est pas souhaitable de maintenir des équipements toute l'année.

Le volume et la qualité d'accueil doivent être augmentés et améliorés pour capter les camping-caristes dans des espaces dédiés, sans pour autant les rendre obligatoires. Rappelons que le camping-car est un véhicule comme un autre, qui bénéficie des mêmes droits de stationner dans les communes s'il ne fait pas « acte de camping ».

Certaines communes décident, pour se donner bonne conscience, de réaliser un accueil pour camping-cars sans avoir pris en compte les attentes des utilisateurs. Le résultat est alors désastreux avec un taux de fréquentation très faible.

Pour éviter ce type de situation, la Fédération des campeurs caravaniers et camping-caristes (FFCC) a créé le Conseil accueil camping-car (CACC)<sup>1</sup>. Il propose une solution d'accompagnement permettant d'optimiser l'accueil des camping-cars sur les territoires suite à un audit complet. La mise en avant des points forts et des points faibles détermine ainsi une solution personnalisée, conjuguant à la fois les besoins des utilisateurs et les attentes économique-touristiques du territoire. Le CACC, en dehors du coût de sa prestation d'étude, ne réalise aucune commercialisation de matériel ni de prestation de gestion, cette impartialité est un critère de crédibilité.

Le camping-car constitue un tourisme précieux hors saison, un moyen pertinent pour le développement de la fréquentation touristique avec un minimum d'aménagements judicieusement adaptés. Si, à l'avenir, les camping-caristes devaient quitter une aire aménagée le matin pour en rejoindre une autre le soir sans pouvoir s'arrêter dans les communes traversées pour cause d'interdiction, ce serait la fin programmée de ce type d'hébergement en France et le risque qu'ils désertent notre territoire au profit des pays étrangers plus accueillants. ■

1. <https://conseil-accueil-camping-car.fr>.