

Le camping-car est devenu un phénomène de société. Ce mode de loisirs et de vacances a séduit des centaines de milliers d'utilisateurs en quête d'indépendance, de mobilité et de confort. Cette population, composée principalement de retraités à fort pouvoir d'achat, constitue une opportunité exceptionnelle pour le développement économique des territoires, car elle est moins sensible à la saisonnalité.

LE CAMPING-CAR, UNE PRATIQUE QUI SÉDUIT

Le camping-car est un symbole de liberté, de confort et d'autonomie, et est devenu récemment « une bulle sanitaire mobile ». La pandémie de Covid-19 a ainsi redistribué les cartes du tourisme traditionnel et relancé avec vigueur le marché des véhicules de loisirs. D'après l'UNIVDL, le syndicat des véhicules de loisirs, le nombre d'immatriculations de camping-cars et vans aménagés a progressé de 5 % en 2020 par rapport à 2019, malgré la crise sanitaire et les confinements. Le camping-car est devenu un véritable phénomène de société avec un parc européen de 1,8 million de véhicules dont environ un tiers immatriculé en France. La définition du camping-car englobe une large gamme de véhicules qui va du van au camping-car poids lourd de plus de 12 mètres de long. Il est certain qu'à cette grande variété de véhicules correspondront des utilisateurs avec des profils différents. Ainsi, l'engouement pour le camping-car ne reste pas cantonné aux seniors. De plus en plus de jeunes ou de familles sont attirés par le voyage en camping-car, mais avec

LE CAMPING-CAR, UNE LIBERTÉ CONDITIONNELLE !

Le camping-car séduit de plus en plus les touristes en quête de liberté, en dépit des contraintes qu'il peut poser. Si, jusqu'à maintenant, il était surtout pratiqué par les seniors, il attire désormais un nouveau type de clientèle.

des critères différents de leurs aînés. Cette nouvelle clientèle a tendance à se tourner vers des modèles plus compacts comme les vans aménagés. Moins coûteux à l'achat, ces derniers se rapprochent le plus possible des camping-cars traditionnels.

L'évolution du camping-car. Au début des années 1910, les premiers camping-cars en France sont réalisés par des bricoleurs avertis qui désirent pouvoir partir sur les routes pendant leurs week-ends ou leurs vacances, s'arrêter là où ils le souhaitent et bénéficier d'un confort un peu plus important que celui procuré par du matériel de camping traditionnel.

Au fur et à mesure des réalisations, ces amateurs ont mis en évidence une demande de plus en plus forte pour cette forme de tourisme itinérant. C'est ainsi que les professionnels du matériel de camping, tentes, caravanes en toile ou rigides se sont intéressés à la

fabrication de camping-cars, donnant naissance en France aux industriels maintenant bien connus du secteur : Trigano, Rapido et Pilote, pour ne citer que les plus importants. Tous les camping-caristes ne restent pas uniquement visiter la France car ils peuvent, grâce à leur véhicule, aller découvrir les pays qu'ils souhaitent, notamment parce qu'ils n'ont plus à se soucier de l'état de propreté, de salubrité ou tout simplement de l'existence d'hôtels et de restaurants. C'est cette notion de sécurité sanitaire personnelle qui a fait le succès des camping-cars pendant la période de l'épidémie de Covid-19, situation certainement appelée à perdurer. À partir des années 1980, le camping-car commence à se démocratiser, grâce à une industrialisation et surtout à une proposition nouvelle, la location, qui offre la possibilité de louer des véhicules pour de courts séjours plutôt que d'avoir à les acheter. Des loueurs automobiles traditionnels se sont inté- ●●●

●●● ressés à cette activité comme Hertz et Avis, mais également les concessionnaires qui ont constitué un parc de véhicules pour la location. Plus récemment, grâce à des plateformes participatives comme Wikicampers ou Yescapa, la location entre particuliers a pris davantage d'importance. Les camping-cars deviennent alors une figure de plus en plus familière sur les routes de France et, la familiarité engendrant la banalisation, les Français désireux de vacances singulières et différentes se tournent vers cette forme de camping.

Les raisons du succès du camping-car. Les principaux facteurs de son développement rapide et exponentiel sont :

- l'évolution de la société : vacances prises en plusieurs fois, jours de récupération en raison des 35 heures, augmentation du nombre de retraités, développement de la civilisation, des loisirs, baisse du temps consacré au travail au bénéfice des loisirs, etc. ;
- sa facilité d'utilisation en toutes saisons ;
- son autonomie de fonctionnement qui autorise un stationnement en dehors des structures d'accueil habituelles, comme les terrains de camping, qui ne sont pour la plupart accessibles que d'avril à septembre ;
- ses équipements très complets (eau chaude, douche, etc.) qui en font une véritable maison roulante ;
- son confort et son utilisation ne nécessitant aucun effort physique, qui attirent beaucoup d'anciens caravaniers libérés ainsi des contraintes liées aux manœuvres avec une caravane ;
- sa bonne image et la part de rêve qui séduisent toute une catégorie de personnes

qui, jusque-là, n'étaient pas attirées par le camping ;

- sa facilité de déplacement qui autorise de grands voyages et des étapes plus longues, même si certains caravaniers peuvent le faire sans problème avec la contrainte d'étape dans un terrain de camping ;
- l'évolution des terrains de camping qui se transforment en véritables villages vacances avec mobil-homes. Ces derniers proposent de plus en plus de services non recherchés par les camping-caristes, qui choisissent alors le camping-car pour pouvoir éviter cette évolution.

LES CONTRAINTES LIÉES À LA POSSESSION D'UN CAMPING-CAR

En fonction de son type d'habitation, et du type de véhicule, le propriétaire d'un camping-car, s'il ne peut pas le remiser sur son lieu d'habitation, devra se trouver un emplacement de stationnement, généralement payant.

En outre, à l'exception d'un van, qui peut également être utilisé comme une voiture, le propriétaire d'un camping-car devra généralement posséder un autre véhicule pour ses déplacements courants.

Par ailleurs, un camping-car comme tout autre véhicule génère des frais qui lui sont propres : assurance, contrôle technique, entretien, sans oublier la dépréciation de sa valeur, à suivre sur la cote donnée par la DICA (Fédération nationale des distributeurs de véhicules de loisirs).

À l'exception de ceux qui ont opté pour un camping-car comme habitation principale, et qui sont en permanence sur les routes, le

choix d'un camping-car n'est pas un choix économique, mais l'adoption d'un certain mode de vie.

En raison de son développement, quelques problèmes surgissent :

- difficultés parfois de stationnement en ville ou à proximité des centres touristiques ;
- mécontentement d'une partie de la population en raison de la gêne provoquée par un trop grand nombre de camping-cars dans un même lieu ;
- approvisionnement en eau difficile, surtout en période hivernale où les bornes des aires de service sont généralement mises en hors gel.

LE PROFIL TYPE DU CAMPING-CARISTE

Le camping-cariste en quelques chiffres.

Selon la Direction générale des entreprises, 54 % des camping-caristes sont Français et 99 % d'entre eux sont Européens. Dans les nations les plus représentées parmi les touristes étrangers, on compte les Allemands (24 %), les Belges (16 %), les Britanniques (15 %) ou encore les Néerlandais (15 %).

Dans 67 % des cas, les camping-caristes voyagent en couple, tandis qu'ils ne sont que 27 % à partir en famille et 6 % à voyager en solo ou en groupe. Cela s'explique par la part importante des personnes âgées dans le flot général des camping-caristes dont la moyenne d'âge est de 59 ans. Pour autant, on observe des différences entre la clientèle française et étrangère. En effet, si 51 % des camping-caristes français sont retraités, ils ne représentent que 31 % de la clientèle étrangère. De même, si la classe moyenne

est largement représentée parmi les touristes français, les camping-caristes étrangers sont majoritairement issus des catégories socioprofessionnelles supérieures. Ceux qui travaillent encore sont d'origines sociales très variables :

- 22 % employé ou ouvrier ;
- 13 % chef d'entreprise, profession libérale ou cadre supérieur ;
- 10 % profession intermédiaire ;
- 6 % pour le reste (sans activité, étudiant, etc.).

Portrait de l'utilisateur du camping-car.

Il a le goût pour les voyages, le plaisir de la découverte d'une région – avec ses traditions, sa gastronomie, ses curiosités naturelles et culturelles –, la proximité avec la nature, l'engouement pour les activités sportives, la fréquentation des parcs de loisirs, le souci de renouer les liens familiaux, le plaisir de se réunir entre membres d'un club, etc. Tous ces éléments traduisent les différentes motivations des utilisateurs, disposant d'un fort pouvoir d'achat et d'un budget loisirs important.

Les camping-caristes circulent partout et tout au long de l'année avec une prédilection pour les séjours courts, notamment les week-ends. Ils voyagent en moyenne 77 jours par an et parcourent, sur ce même laps de temps, 12 000 kilomètres. Ils contribuent à désenclaver certaines zones rurales et à étaler les déplacements touristiques encore très concentrés pendant la période estivale.

Les familles avec enfants ne sont pas adeptes de l'itinérance (à l'exception de celles qui partent à la découverte du monde sur plusieurs années). Elles vont davantage privilégier l'étape au terrain de camping

pour que les enfants profitent des équipements de loisirs et puissent se faire des amis. Le camping répond à leurs attentes, ainsi qu'à celles des couples qui recherchent le confort et la sécurité.

À l'inverse, les couples, avec des exigences moindres de confort, vont privilégier le stationnement sur les espaces publics pour des questions d'autonomie et de tarif. Sur une aire publique, les camping-caristes sont entre eux et engagent facilement la conversation. Un bon nombre de familles fréquentent aussi les équipements publics lorsque les enfants sont très petits ou seuls.

Les camping-caristes voyageant en solo ou en groupe privilégient, quant à eux, soit le bivouac dans la nature, en respectant les zones protégées, soit l'étape sur une aire publique.

Un touriste responsable, avide de nature.

Dans leur grande majorité, les camping-caristes sont adeptes du tourisme vert et ont à cœur de préserver l'environnement, aidés pour cela par les infrastructures d'accueil existantes. Ce sont des consommateurs avertis et attentifs, très sensibles à la gestion des déchets, aux économies d'eau et d'énergie, etc. Ce sont aussi des touristes au comportement responsable, soucieux et respectueux des bonnes règles de conduite et attachés aux valeurs citoyennes. C'est tout naturellement que, pour accompagner cette appétence pour le tourisme vert, la FFCC (Fédération des campeurs, caravaniers et camping-caristes) s'est associée avec la Fédération des stations vertes et villages de neige. Les communes affiliées à cette fédération possèdent soit un terrain de camping,

soit une aire pour camping-cars et favorisent l'écotourisme très recherché par une majorité de camping-caristes. L'écotourisme est un tourisme axé sur la nature et les patrimoines : naturel, architectural, historique et immatériel. L'écotourisme contribue aussi au bien-être des habitants, des artisans et des commerçants, et encourage leur participation. Les camping-caristes ont su démontrer au fil des années qu'ils constituent une clientèle clé pour le tourisme de proximité. Amateurs de courts séjours, de par leur mobilité et leur disponibilité, ils contribuent au fonctionnement des équipements touristiques tout au long de l'année. Les parcs d'attractions comme Le Puy du Fou, le Zoo de Beauval, le Futuroscope, pour ne citer qu'eux, l'ont bien compris et ont organisé un accueil camping-car adapté.

Les camping-caristes sont aussi amateurs de festivals, de culture et de sport avec notamment la randonnée et le cyclisme ; c'est ainsi qu'une des plus grandes concentrations de camping-caristes se trouve sur le parcours du Tour de France.

Le camping-car peut également être considéré comme un facteur d'amélioration de la sécurité routière lorsqu'il est utilisé pour se rendre à une réception chez des amis ou dans un restaurant et que ses utilisateurs dorment sur place après un repas arrosé, sans avoir à reprendre la route.

Pour conclure, le développement du camping-car doit être pris comme une opportunité de développer une forme de tourisme qui s'exonère de la saisonnalité et qui se répartit sur l'ensemble du territoire, faisant du camping-cariste un touriste à privilégier. ■



AUTEUR Fédération des campeurs, caravaniers et camping-caristes