



**HAL**  
open science

## Les joies du camping

Christophe Apprill

► **To cite this version:**

Christophe Apprill. Les joies du camping. La nature du tourisme Paysages - Territoires - Médiations, 2023. hal-03983886

**HAL Id: hal-03983886**

**<https://hal.science/hal-03983886>**

Submitted on 25 Feb 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## Les joies du camping

Parcourir les pistes de la Loire à vélo (LAV) permet de prendre la mesure des promesses qui associent découverte de la « nature », milieux naturels et voyage à vélo. Le fleuve est là, tout proche, et sa présence réelle est autant une invitation à traverser ses imaginaires qu'à y immerger son corps. L'itinérance est rythmée par des allures que l'on est seul à mettre en œuvre. À vélo comme à pied, le voyageur est en contact direct avec les éléments qu'il traverse : odeurs des sous-bois, fraîcheur des petits matins, chants des oiseaux, fragrances des berges, horizon saisi par un mouvement dont nous fixons le déroulé... Camper s'impose assez rapidement comme une manière de faire étape, congruente avec l'immersion dans le paysage. L'observation participante des pratiques des cyclotouristes a permis d'une part de souligner l'importance des campings pour des raisons pratiques et économiques, d'autre part de pointer des potentiels de développement touristiques et culturels autour des aménagements des structures d'hébergement, notamment des campings.

S'inscrivant dans la tradition des études sur les pratiques de loisirs, l'expérience du camping par les campeurs a été documentée par plusieurs travaux ethnographiques, notamment ceux d'Olivier Sirost (2001a ; 2001b ; 2011). Camper associe le goût de l'aventure, les joies du plein air, l'éducation pour la jeunesse et un mode de vacances populaires pour les classes sociales le plus modestes. Comme l'a noté Sirost, « camper reste le dénominateur commun des pratiques aventureuses, éducatives et sportives, les reliant à travers des gestes, des images et des usages élémentaires. (...) Le camping apparaît alors comme un moyen privilégié de se couper de la civilisation et de s'isoler du chahut collectif des mois de juillet et d'août. Le camping à la ferme renoue avec une recherche d'authenticité et d'oeuvre de salut » (Sirost, 2001 ). Dans les campings situés sur le parcours de la Loire à vélo, comme ceux de l'Indre-et-Loire, cette « coupure avec la civilisation » se matérialise en premier lieu par le mode de transport utilisé conjugué à la configuration des itinéraires aménagés de la Loire à vélo. Pour le reste, compte tenu de l'évolution contrastée des offres d'hébergement de plein air, il est possible de se demander si les formes de continuité ne sont pas aussi importantes que les formes de rupture.

Au début des années 2000, Sirost notait la relative indifférence qui entoure ces pratiques et ceux qui contribuent à les rendre possibles : « La gestion des terrains de camping est une affaire de multinationales, de politiques communales ou d'associations. L'hôtellerie de plein air constitue un milieu concurrentiel et prospère. Les informations circulent en vase clos et restent souvent confidentielles. (...) Il semble que le camping oscille alors entre deux tendances fortes. D'un côté, nous avons un phénomène touristique commun, allant de soi pour chaque vacancier. De l'autre, un monde constitué de professionnels, avec une presse spécialisée, ses salons, son marché, ses équipementiers et ses entreprises. De l'anonymat du campeur au réseau secret d'un univers de professionnels, le phénomène reste délicat à appréhender. » (Sirost, 2001). L'activité des exploitants de campings semble en effet être beaucoup moins documentée que celle des campeurs.

Hier, l'acte de camper activait deux ordres de motivations : mettre la ville à la campagne comme dans les campings de bord de mer surchargés ; et faire l'expérience de la pleine nature, où se réalisait un apprentissage aux « lois de la nature », des adaptations et des compositions. « Développer l'hôtellerie de plein air consiste pour le législateur à se situer aux interfaces, à saisir au plus près l'alphabet des expériences vécues dans la nature pour les redéployer à la mesure de chaque campeur. Ainsi, fixer et diffuser des normes culturelles passent par l'inversion de mécanismes réglés comme la construction de l'identité sociale, et par l'éclatement des manières de vivre la nature. Le camping se déploie alors entre la tradition de la marche, les préparations militaires, la randonnée en montagne, la robinsonnade, le tourisme élégant, l'habitude des gens du voyage et les rassemblements familiaux. » (Sirost, 2001 ).

À ces interfaces, il faut ajouter la nécessité pour les professionnels de se situer dans une démarche écologiquement vertueuse. Ce critère est devenu incontournable pour les professionnels qui réalisent des

investissements importants afin de développer leur chiffre d'affaires. Tout en s'efforçant de répondre au dogme du « développement durable », certaines infrastructures investissent dans la qualité de leurs prestations afin d'offrir des possibilités de confort qui peuvent s'apparenter aux locations en dur. La communication est censée désamorcer les contradictions, qui par ailleurs constitue l'ordinaire du citoyen : à propos de laïcité, de nucléaire, de pétrole, des matériels informatiques ou du diesel, le paradoxe de Bossuet n'est-il pas devenu la ligne de fuite la mieux partagée ?

Ce primat de l'aménagement apparaît de façon continue dans le vécu itinérant du cyclotouriste. En effet, les traces anthropiques sont particulièrement prégnantes dans les parcours de la Loire à vélo : la majorité des pistes ont été bitumées ; les parcours sont (plus ou moins bien) balisés ; le flux général est orienté de l'amont vers l'aval ou de l'aval vers l'amont ; les déviations sont limitées. Des panneaux didactiques sur la faune et la flore jalonnent le parcours. Ainsi, faire étape dans les campings situés sur les parcours de la LAV constitue un double prolongement de la vie ordinaire : les aménagements y perpétuent ceux de la résidence principale et les injonctions à se responsabiliser poursuivent le randonneur jusque dans son choix de camping.

L'hébergement de plein air occupe bien sûr une place privilégiée pour les 800000 cyclotouristes qui empruntent les pistes de la Loire à Vélo. Il constitue également une forme d'hébergement touristique de premier plan. Comme le note le « Guide pratique des professionnels de l'hôtellerie de plein air », « il convient toutefois de relever que le camping a considérablement évolué au cours des dernières décennies pour devenir la première forme d'hébergement touristique marchand en France avec près de 8600 terrains, 900 000 emplacements. Grâce à des efforts constants et une réelle volonté de dynamiser le secteur, les professionnels ont renouvelé hébergements et services dans l'optique de satisfaire une clientèle toujours plus exigeante, en termes de confort, de sécurité et de loisirs. Désormais, la diversité et la qualité des prestations font du camping une véritable hôtellerie de plein air, qui rencontre un succès croissant auprès des consommateurs (plus de 104 millions de nuitées en 2010). »

Mais ces mutations à la fois qualitatives et quantitatives ne semblent pas se traduire par d'importantes modifications en termes de développement durable. Parmi les items figurant dans la catégorie « Environnement et développement durable » du « Tableau de classement des terrains de camping et caravanage », seuls trois d'entre eux revêtent un caractère obligatoire : « Sensibilisation des collaborateurs à la gestion économe de l'énergie ; à la gestion économe de l'eau ; à la gestion économe des déchets ». Et encore ne s'agit-il là que de « sensibilisation ». Tous les autres critères sont optionnels. En matière de développement durable, aucune obligation n'est faite aux acteurs de l'hébergement de plein air.

Lors de l'enquête de 2013 (voir supra), nous avons eu la sensation que dans les campings où nous nous étions arrêtés, le temps aussi s'était arrêté... Un soir, en discutant avec un cyclotouriste, mon interlocuteur rapportait une anecdote à propos des professionnels des campings, personnes transparentes auxquelles le touriste accorde peu de place dans ses souvenirs : « *Ma belle-sœur tenait un camping, mais elle n'avait jamais campé...* ». En écho à ce découplage de l'expérience du campeur et de la gestion professionnelle d'un camping, notre questionnement initial s'est porté sur l'adéquation entre la demande et l'offre. Il vise à mesurer la cohérence entre l'aménagement des campings et le développement local. Ces lieux offrent-ils une alternative à la consommation de masse et aux plaquettes en quadrichromie des offices de tourisme ? Quelles sont les capacités des acteurs à développer des circuits économiques courts en relation avec le tissu économique et associatif local (approvisionnement vivrier régulier sur place en collaboration avec les PME, AMAP et associations, agriculture raisonnée et bio) ? Quelles relations entretiennent-ils à l'énergie et aux restes (construction de sanitaires décentralisés, coin compost, tri des déchets, recyclage) ? Les campings sont-ils des infrastructures ouvertes sur la connaissance et la reconnaissance des écosystèmes ? L'observation du ciel constitue-t-elle un potentiel de développement touristique viable, et dans quelles conditions ? L'aménagement d'espaces communautaires (Wifi + tablette/ordinateur à disposition) et leur animation (bibliothèque contributive, soirées contes) sont-ils souhaités et envisageables ? Comment les

collectivités territoriales se positionnent-elles pour accompagner la dynamique des circuits courts ? En termes de réception de ces aménagements, peut-on comparer les attentes des campeurs aux attentes des visiteurs de musée ?

Nous avons enquêté auprès des 14 campings du département de l'Indre-et-Loire en rencontrant 12 acteurs impliqués de près ou de loin dans leur gestion. Très vite, nos hypothèses se sont révélées inopérantes, parce que très éloignées des réalités de la majeure partie des campings. Les données collectées incitent à décrire la diversité des types de structures et à en présenter une typologie. L'accompagnement des collectivités territoriales varie selon leur statut (privé, public, régie directe ou délégation). Il en résulte une diversité de structures très différentes les unes des autres (partie 1). Mais, quel que soit le type de campings, leur intégration au territoire et dans un réseau demeure très inégale, et souvent à construire. Leurs efforts en matière de développement durable restent très parcellaires et ont peu d'impacts directs sur les usagers. De la tente à l'ancienne avec ses piquets et ses sardines aux bungalows tous équipés, le changement de paradigme place les campings dans le rôle de médiateur avec « la nature », plus que comme un moyen de s'y immerger (partie 2).

## 1. Offre, gestion, équipements vus depuis les professionnels

Notre panel se compose de structures privées et d'hébergements publics

### 1.1 *Le camping municipal : un service intégré à l'offre touristique régionale ?*

Certains campings municipaux sont administrés en direct par la municipalité (Chouzé-sur-Loire ; Bourgueil ; La Blardière à Rigny-sur-Ussé ; Isle Bouchard ; Villaines-les-Rochers ; Azay-le-Rideau). D'autres relèvent d'une délégation de service (Isle verte à Montsoreau ; La Fritillaire à Savigny-en-Véron).

#### 1.1.1 *Les campings gérés en direct : Installez-vous...*

Cette catégorie de camping pourrait se résumer par ce petit mot que l'on trouve souvent inscrit sur un panneau à l'entrée : « *Installez-vous. En cas d'urgence : 06...* ». En effet, les campings gérés en direct ne sont pas toujours gardés en permanence ; c'est le cas de ceux de la Blardière à Rigny-sur-Ussé, de Chouzé-sur-Loire et de Villaines-les-Rochers. La densité de campeurs y est faible. À Villaines, à l'exception d'un camping-car et d'une caravane, le terrain est complètement vide et le bloc des sanitaires semble échoué au milieu. Aucune activité, service, aire de jeux... S'il règne un sentiment d'abandon, ce site offre aussi une tranquillité bucolique assurée. À l'Isle Bouchard, l'ambiance est assez similaire, mais le site donne d'un côté sur le centre commercial, de l'autre sur les grèves de la Vienne. Après une période de délégation de service public, le camping est géré à nouveau en direct par la mairie, à travers un contrat aidé, qui se demande si son emploi pourra être pérennisé. Dans ces petites structures, le chiffre d'affaires ne permet pas un autofinancement de la masse salariale nécessaire pour assurer un accueil à plein temps. Les prix des nuitées sont très accessibles, mais ces rentrées ne sont pas complétées par d'autres services tels que restauration rapide, location de vélo, etc.

#### ***Azay-le-Rideau : une gestion sans marge de manœuvre***

On change d'ambiance dans les campings municipaux d'Azay-le-Rideau et de Bourgueil, tous deux tenus par des employés municipaux et dotés de trois étoiles. Ouvert du 1<sup>er</sup> avril au 30 septembre, celui d'Azay compte deux employés municipaux, Christophe pour la partie technique, Dominique pour l'accueil. Cette dernière (née en 1963) y est employée depuis trois ans. Auparavant, elle travaillait comme Agent territorial spécialisée des écoles maternelles (Atsem). Le camping est équipé d'une piscine, celle de la municipalité, qui jouxte les terrains, mais non de mobiles homes. L'eau chaude des blocs sanitaires et de la

piscine est chauffée au fioul. À l'exception des cellules photoélectriques qui assurent l'éclairage d'une partie des blocs, il semble qu'aucune politique particulière en termes de développement durable ne soit appliquée. L'éclairage du camping serait coupé à partir de 23h30 nous dit-on, mais il doit s'agir d'une partie seulement des lampadaires, car lors d'une nuit passée sous la tente en 2013, nous avons été abondamment éclairés du soir au matin. Pour ce qui est de l'administration globale du camping, au fil de l'entretien, et après quelques réticences, l'employée municipale reconnaît : « *Si c'était moi qui avais en charge le développement du camping, je proposerais plus de services comme un véritable snack, du pain sur place, des activités pour faire découvrir la pêche, des animations et une sensibilisation au tri sélectif...* » Il apparaît que l'absence de délégation constitue un frein pour certains personnels. En étant sur place, au contact de la clientèle et de ses besoins, ils appréhendent pragmatiquement l'économie générale de la structure, ses manques et ses potentialités de développement. Mais les décisions se prennent ailleurs, dans les assemblées délibératives des conseils municipaux où leur expertise n'est pas forcément entendue. Accessible sur le site web de la ville, la page dédiée au camping exprime cet assujettissement. À l'exception de l'Office de Tourisme de la ville, aucun lien ne figure. Il s'agit d'un cas exemplaire de politique touristique municipale déconnectée de son territoire. Il est vrai que les pistes de la Loire à Vélo se trouvent à 25 km plus au nord, soit deux heures de trajet à bicyclette...

### ***Bourgueil : entre vignoble AOC et centrale nucléaire***

De l'extérieur, le camping de Bourgueil offre une ambiance assez comparable. Il est situé à l'entrée sud de la ville, juste avant la zone commerciale. L'accueil est assuré depuis 26 ans par Claudine (née en 1950), employée municipale, à un an de la retraite. Un programme complet d'économies d'énergie et de ressource est appliqué. Les lumières sont éteintes à 23h30. L'eau est chauffée au gaz. Les douches comportent des pommes pour réduire la consommation. L'arrosage des massifs de plantes est effectué avec l'eau de la station d'épuration. L'ensemble du site est désherbé à la binette par six employés municipaux. Depuis 2013, plus aucun désherbant n'est utilisé. Il n'y a pas de livraison de pain sur place, seulement un rôti le vendredi soir ; le bar à côté propose des pizzas au feu de bois. « *Et sinon, il y a les grandes surfaces juste à côté.* » Compte tenu de la proximité de la centrale nucléaire de Chinon, un terrain de 75 emplacements est réservé aux employés temporaires qui interviennent lors des arrêts de tranche. Équipés de deux mobiles homes, le terrain est souvent complet : « *Les gars sont bien là* » nous assurent Claudine. Entre vignoble et Centrale nucléaire, le site a ceci d'étrange qu'on ne perçoit directement ni l'un ni l'autre. Mais l'activité bat son plein sur le plan d'eau du camping.

### ***Chinon : les bungalows face au château***

Situé sur la rive gauche de la Vienne, le camping de l'île Auger se situe face au château de Chinon. Géré en régie directe, il est la propriété de la Communauté de commune de Chinon. Sur le site Internet, les photos déroulantes du menu de la page d'accueil mettent l'accent sur sa situation et sur l'offre de bungalows toilés et en bois. Le site comprend un onglet « Nos engagements » qui présente les ambitions du camping en matière de « protection de l'environnement, du respect de la nature et de l'humain. » Et aussi un onglet « À découvrir » qui comprend 19 liens vers des ressources touristiques. Le bâtiment de l'entrée n'est pas celui de l'accueil mais un « espace de rencontre et d'animation » dans lequel se trouve une bibliothèque, avec des livres (romans et bandes dessinées) en français mais aussi en anglais, espagnol et italien, ainsi que des jeux de société et un canapé. Puis en contrebas, on accède au bâtiment d'accueil. Le camping est tenu par trois permanents, employés par l'intercommunalité. François (co-régisseur) et sa compagne Emmanuelle (régisseuse), tous deux nés en 1979, sont gérants du camping, assistés par un collègue, à qui s'ajoute un emploi d'avenir et des saisonniers en pleine saison. François répond avec enthousiasme à nos questions.

### **Quels types de labels avez-vous ?**

Pour l'instant, nous avons juste deux étoiles. Nous allons prétendre à une troisième en fin d'année, début d'année prochaine ; nous avons le label Loire à vélo, accueil vélo.

### **Et le label du parc naturel régional ?**

Non pas encore. On a été approché il y a quelques temps, je pense que nous allons relancer l'affaire mais pas pour l'instant, cela a été mis en suspens.

### **Dans ce cas là, qui s'occupe de demander le label, est-ce vous ou l'intercommunalité ?**

C'est nous ! Avec la responsable chargée de mission du tourisme, voilà, on en discute. Cela dépend de la volonté des élus, puisque c'est public. Les élus déterminent ce qu'il souhaite que cela devienne, si on peut y prétendre... Après c'est nous qui bossons sur le dossier

### **Quelles sont vos charges pour l'électricité et l'eau ? Quelles sont vos charges les plus importantes ?**

C'est l'eau. On a la chance de faire des économies, on fait super attention car il y a quand même un volet développement durable sur la commune. Ce sont des questions qui leur tiennent à cœur donc on fait de plus en plus attention. En facture d'eau, on est à peu près autour de 12 à 13000 euros pour l'année, soit sept mois et demi d'ouverture. Ça fait quelques millions de litres d'eau. Mais on en économise beaucoup.

### **Comment ?**

Hé bien, nous n'avons plus de robinets normaux, on est passé tout en Presto (robinet à poussoir). Après, c'est aussi une gestion au quotidien, pour le nettoyage. Et de sensibilisation auprès des gens, de leur parler. On est super attentif. Dès qu'il y a une fuite, il faut tout de suite être réactif.

### **Après l'eau, quelle est la charge la plus importante ?**

L'électricité, environ 5000 euros. Après, parmi les charges de fonctionnement, il y a les emplois. Il y a aussi les consommables comme les produits d'entretien. Nous sommes passés sur une gamme bio, on ne travaille qu'avec une gamme de produits qui sont écosert ou ecolabellisés. On a plus du tout de désherbant chimique, mais on pratique tout le désherbage à la main.

### **Vous avez recours à des employés municipaux ?**

Non, nous faisons tout nous même. Les employés municipaux nous donnent un coup de main en début de saison quand les pelouses sont très épaisses. Là, ils interviennent rapidement quand on demande de l'aide à la communauté de commune. Le but, c'est que nous soyons autonomes sur le maximum de dossier avec notre équipe.

### **Si vous deviez faire des économies d'eau ou d'électricité, est-ce qu'il y a des fournisseurs qui sont accessibles, à la fois financièrement et techniquement ?**

Je pense qu'avant de faire appel à des fournisseurs, c'est un état d'esprit en fait. Après, mettre des robinets de type Presto, c'est vrai que cela permet de réaliser des économies. On s'est rendu compte qu'on dépensait beaucoup d'argent, donc on fait attention dès qu'il y a une fuite, des choses comme ça.

### **Etat d'esprit des gestionnaires ou aussi des clients ?**

Si nous on a un état d'esprit comme ça, je pense qu'on arrive à le communiquer aux gens, du coup, quand ça passe, on y fait attention. Après, on a réfléchi à des choses que l'on voudrait mettre en place qui sont un peu compliquées... On a mis en place la double chasse d'eau mais je pense qu'on pourrait aller encore un peu plus loin. Mais il y a un moment où c'est l'humain qui se dit qu'il faut faire un effort pour ne pas gaspiller d'eau.

### **En termes de recettes, qu'est-ce qui est le plus rentable ? Les mobiles homes, les tentes bivouac ou les emplacements simples ?**

Les bungalows. On n'a pas de bungalows en dur parce qu'on est inondables. On a que des bungalows toilés. Cette année, la communauté de commune en a acheté 5 de plus, 2 pour famille (coût : 10.000€) car c'était une demande et 3 deux places (coût 4500 €), pour les gens en vélo, les randonneurs, les couples. C'est beaucoup plus rentable qu'un emplacement c'est sûr. Après, ce n'est pas forcément pour cela qu'on les achète. On a une demande de cela ici à Chinon, donc..., plutôt que de les voir partir sur une autre ville, on les réceptionne ici.

### **C'est à la fois une demande et une rentabilité ?**

Tout à fait.

### **L'intercommunalité envisage d'en acheter davantage ?**

Là, ils ont investi dans 5, donc, il faut déjà les rentabiliser. Après, il y a eu deux blocs sanitaires de refait, donc on est sur une enveloppe d'investissement cette année qui s'approche des 250 000€. Il y a eu l'effort de refaire 3

blocs pour accéder à la troisième étoile, donc, là, cela devrait être bon. Après les bungalows, on doit rentrer un peu d'argent. On appartient au service public mais on se doit aussi d'essayer de gagner de l'argent.

**Le site Internet est entretenu, alimenté et réalisé par qui ?**

Il a été construit par un sous-traitant. C'est nous qui pouvons modifier les contenus, les prix et tout ça, mais on fait appel au service communication de la communauté de commune pour plein de choses. En fait, c'est plus pratique. Mais nous pouvons interférer dessus, par exemple sur les tarifs une fois qu'ils ont été décidés par la Communauté de commune.

**Les 5 mois de l'année qui restent, que faites vous ?**

Ce sont les vacances car nous sommes annualisés. Nous faisons toutes nos heures en 7 mois et demi. Au lieu de faire 35 heures par semaine, on en fait entre 45 et 60 par semaine. Après, on est en récupération.

**Vous êtes employés en CDD, CDI ?**

Nous sommes fonctionnaires, agent territorial de catégorie C.

**Ce statut vous convient ?**

On ne le fait pas pour le statut. Nous, on aime bien voyager, c'est comme cela que cela s'est fait. Pendant 7 mois et demi, c'est à fond, on dort même sur le camp parce qu'il faut une surveillance, donc on est aussi sur le camp.

**A propos de l'éclairage du camping la nuit ?**

Nous on a des éclairages allumés toute la nuit avec des dispositifs de réception solaire, donc dès qu'il fait un peu jour, ça s'éteint. C'est assez compliqué car il y a un volet sécurité pour les gens. Par contre, les nouveaux blocs sont équipés de détecteur de mouvement : la lumière s'allume uniquement lorsque les gens y entrent.

**Sinon, les luminaires restent allumés toute la nuit ?**

Oui, pour des raisons de sécurité, pour délimiter les espaces.

**Et vous n'avez pas trop de plaintes de gens en tente qui estimerait être trop éclairés la nuit ?**

Non. On a eu des gens qui disent qu'il n'y en a pas assez. On a cherché il y a quelques années, on a réfléchi sur des solutions solaires. C'est très cher aujourd'hui. Donc on garde bien à l'esprit l'éco-citoyenneté et on cherche à faire des économies sur des postes qui seraient plus probant. En termes de candélabres, on a fait beaucoup de développement sur l'énergie, ça ne consomme pas beaucoup.

**Vous avez quel fournisseur d'électricité ?**

EDF il me semble.

**Sinon, vous avez quelle formation ? Cela fait combien de temps que vous travaillez ici ?**

Cela fait la sixième saison qu'on est là. Moi, j'étais commercial. Emmanuelle était responsable d'une structure de personnes âgées. Notre collègue, ça fait un peu plus longtemps qu'il est là... C'était une volonté de travailler dans un camping, on s'y est mis comme ça... On est parti voyager un an à l'étranger, on est resté ensemble, on a eu envie de bosser ensemble, on a eu envie de faire du tourisme, de travailler dans du camping.

La posture de ce gérant est animée par des valeurs qui s'ancrent dans des intérêts et des convictions personnelles. Son goût pour le voyage, les rencontres, les espaces où les voyageurs se posent avant de continuer leur itinérance, est congruent avec le choix de développer une activité professionnelle dans le secteur du tourisme, et spécifiquement dans celui de l'hôtellerie de plein air. Ses conditions d'emploi en tant qu'agent de la fonction publique territoriale contribuent vraisemblablement à rendre compte de son engagement professionnel, de ses motivations et des croyances qui l'animent. Tel qu'il décrit son implication, imprégnée par un sens du service public, nous ne sommes finalement pas très éloignés des qualités de prestation et de l'accueil d'un camping privé tel que celui de Bréhémont (cf. ci-dessous). Même soucieux de la clientèle, et des économies permettant de réduire les dépenses publiques. Mais à la différence d'une entreprise privée, les économies réalisées n'ont aucune incidence sur sa rémunération. En revanche, elles participent de son positionnement citoyen, revendiqué lors de l'entretien.

Pour autant, les efforts en matière de développement durable pourraient être améliorés. Les postes de consommation d'eau et d'électricité demeurent très importants en consommation et en coût. L'abonnement à EDF ne manque pas de surprendre pour une structure engagée dans une démarche vertueuse. Après entretien avec la Chargée de mission tourisme et culture à la Communauté de commune de Chinon, le choix d'Enercoop ne semble pas avoir été évoqué. L'équipement en chauffe-eau solaire et en panneaux photovoltaïques n'a pas été retenu, suite à de mauvaises expériences de la Communauté de commune dans ce domaine. L'un des freins évoqués à ce sujet a également été la proximité du château. Concernant la qualité de l'approvisionnement, la Communauté de commune a opté pour un pragmatisme en faveur du marché. Afin de ne pas faire concurrence aux commerces chinonais situés à proximité du camping, décision a été prise de ne rien faire dans ce domaine. Mais un projet de point épicerie de proximité pour dépanner les campeurs le dimanche soir a été évoqué, et dans ce cas, il serait fait appel à des producteurs locaux. Cette contradiction entre les engagements vertueux réalisés sur le site du camping et la qualité variable de l'alimentation des commerces alentour a été pointée par une étude réalisée en 2014 dans le Pays du Chinonais. Les touristes enquêtés sont en demande de pouvoir mieux accéder aux produits locaux.

### ***La Fritillaire à Savigny-en-Véron***

Jean-Luc (1956) et Pascale (1961) sont depuis 2011 gérants du fonds (bail commercial) qui est propriété de la communauté de commune de Chinon. Auparavant, Jean-Luc était chef d'atelier dans une concession automobile. Aujourd'hui à la retraite, Pascale était aide-soignante. Comme le précise la Chargée de mission tourisme et culture de la Communauté de communes de Chinon, « *ce ne sont pas des professionnels issus du milieu* ». Leur installation correspond à un projet de reconversion pour aborder leurs vieux jours. La situation en zone inondable limite leur activité aux mois d'été, et donc leur chiffre d'affaires. Depuis quatre ans, le camping est labellisé Loire à Vélo et Loire Valley. En revanche, la mention du Parc Naturel régional ne leur dit rien du tout, ils n'ont vu passer personne... À la différence de celui de Chinon, l'ambiance fait penser aux campings à l'ancienne. Aucun aménagement particulier, à l'exception de ceux motivés par des économies : la puissance des néons a été limitée pour réduire la consommation. Pour tout investissement, ils doivent préalablement obtenir l'autorisation du bailleur, ce qui limite leur marge de manœuvre. Dans le bâtiment de l'accueil qui jouxte les sanitaires, une restauration de type *snacking* est proposée. Le vin bio du Domaine des Galuches proche est disponible à la vente, ainsi que du miel. Le boulanger livre chaque matin.

## **1.1.2 Les campings en délégation de service public**

### ***L'isle verte à Montsoreau***

Situé face à la maison du Parc Naturel Régional Anjou-Touraine, le camping municipal de L'isle verte à Montsoreau, en délégation de service public, est tenu par deux gérants, qui sont accompagnés par une équipe de neuf personnes (entretien, restauration). Il détient plusieurs labels, dont les logos sont affichés sur une pancarte à l'entrée (LAV, hébergement nature et patrimoine (PNR), Camping Qualité). L'accueil est efficace (réservation de taxi, informations disponibles, english spoken), les prestations à la hauteur des quatre étoiles (piscine, restaurant, bar, location de voiture électrique, tennis, météo affichée sur écran à l'accueil). Les sanitaires sont équipés d'économiseur d'eau. L'entretien est réalisé sans pesticide, en utilisant des produits d'entretien écolabellisés. Dans les mobiles home comme dans les chambres des hôtels les plus récents, les lumières sont activées par la clef. Les tentes bivouac sont équipées de panneaux solaires. C'est un modèle de réussite dans le genre des campings qui se veulent à la pointe du progrès, en offrant une grande diversité de possibilité d'hébergement associée à des prestations haut de gamme.

Nous constatons que la catégorie des « campings municipaux » présente une offre très hétérogène. Le degré d'intégration à l'offre touristique territoriale est variable : il est très développé à Chinon, plus faible à Azay-le-Rideau et quasiment nul à Rigny-sur-Ussé, à Chouzé-sur-Loire et à Villaines-les-Rochers. Pour ce critère, la configuration des sites web constitue un marqueur : on observe le plus souvent une corrélation entre le faible nombre de liens et la réalité des partenariats affichés sur place. La qualité des prestations varie aussi considérablement. Dans les petits campings, le service principal consiste en un emplacement pour planter sa tente, desservi par un bloc sanitaire. Ailleurs, la présence de personnel permanent sur place assure une variété de prestations bien supérieures. Cependant, celles-ci ne dépendent pas seulement de la taille et de l'équipement de la structure, mais aussi de la politique municipale et des conditions d'emploi du personnel.

## 1.2 Les campings privés

Ils sont situés à Candes-Saint-Martin, Rivarennnes, Brehemont, Ligré-sur-Anche et Avon-les-Roches. Parmi cette catégorie, celui de Candes et celui de Bréhémont, tous deux tenus par des couples et situés directement sur les parcours de la LAV, apparaissent aux antipodes. Le premier s'apparente à une démarche de reconversion mobilisant de petits moyens ; tandis que l'autre est une création inspirée par un montage financier et une planification commerciale rigoureux. Quant à ceux de Ligré-sur-Anche et Avon-les-Roches, ils sont « à la ferme » et offrent un profil bien distinct des deux précédents.

### ***Candes-Saint-Martin : la petite entreprise isolée***

Situé en amont du village, le camping de Belle Rive donne sur la confluence de la Vienne et de la Loire. À l'entrée sur la gauche, deux tentes (gîtes toilées) permettent d'accueillir cette nouvelle génération de campeurs soucieux de son confort et préférant trouver un hébergement déjà installé. Le camping est tenu par Patricia et Didier. Propriétaires depuis 2013, ils en ont fait l'acquisition pour 50 000 euros. Lui, né en 1957, est informaticien au chômage. Elle, née en 1956, est retraitée de la fonction publique. Lors de notre passage le 21 juillet 2015, en pleine saison, la densité des tentes apparaît faible : le taux de remplissage est d'environ 25%. Il y a comme une impression de hors saison. À titre de comparaison, l'ambiance est très différente de celle de campings situés en bord de mer, et qui affichent souvent complet. Si l'on compare cette ambiance avec celle de certains campings du département, le contraste est également saisissant. Ouvert du 15 avril au 30 septembre, leur chiffre d'affaires, déclarent-ils, est d'environ 30 000 euros. L'eau et électricité représentent les charges les plus importantes. Ainsi, plus que pour entretenir une ambiance nocturne tamisée, c'est davantage un souci d'économie qui les a poussés à désactiver la moitié des lampadaires.

Leurs relations avec l'environnement institutionnel apparaissent peu développées. S'ils adhèrent à l'Office de Tourisme de Chinon et à celui de Saumur (150 euros/an), ils sont fâchés avec ce dernier suite à la réception d'un mail leur reprochant la non-mise en conformité, alors qu'ils venaient juste de racheter le camping. Ils entretiennent peu de relations avec le Parc naturel régional Loire Anjou-Touraine (PNR LAT) : ils ne sont pas au courant du label « Parc » et ils estiment que la brochure « Résumé de la charte 2008-2020 » n'est que du « *blabla général* ». Patricia a l'impression que leur tract prend acte d'une scission : « *Ils sont faits pour le département de Maine-et-Loire* ».

Leur sensibilité aux enjeux environnementaux est manifeste. Disposant de surface de toitures importantes, ils seraient désireux d'équiper leurs sanitaires en chauffe-eau solaire mais ils se disent rebutés par l'obstacle économique : « *Les installateurs sont trop chers* ». Didier évoque également un projet d'utilisation des eaux pluviales pour les sanitaires en réactivant une citerne de 10000 litres qui surplombe les installations. Mais ils estiment que leur chiffre d'affaires est trop faible pour pouvoir supporter les investissements par eux-mêmes. Et leur dépôt de demande de subvention à la Région et au Conseil Général n'a pas obtenu de réponse. Ils ont observé que le Conseil Général se montrait plus sensible à accompagner les campings à l'équipement en mobiles homes... « *Nous bricolons dans notre coin...* », avoue-t-il un peu

résigné. « Bricolage » sans doute, mais leur site web est remarquablement présenté, clair et illustré par de nombreuses photos. En revanche, il ne comporte que trois liens : celui de météo France, de Candes-Saint-Martin et de la page « confluence » du blog « Visites virtuelles des Terres de Loire, opérateur énigmatique qui ne se présente pas. Autrement dit, le sentiment de relégation institutionnel exprimé lors de l'entretien se manifeste clairement sur leur site. Si le PNR LAT est mentionné par exemple, aucun lien n'y renvoie.

À proximité d'un petit village et proche des pistes de la LAV, la situation de ce camping est extrêmement favorable. Il convient donc de remarquer le faible intérêt des collectivités territoriales pour accompagner des initiatives privées. De toute évidence, des désirs d'aménagement demeurent à l'état de rêveries faute de conseils et de soutien économique.

### ***Bréhémont : un investissement raisonné accompagné par les collectivités territoriales***

Le terrain du camping est complanté d'arbres jeunes. Les équipements sont neufs. Le bâtiment de l'accueil comprend un bureau et une vaste salle avec un présentoir où sont disposés des tracts, dont ceux du camping de la Fritillaire (Savigny-sur-Véron) et ceux de La Ville-aux-Dames situés en aval de Tours. De l'autre côté, un snack s'ouvre sur une terrasse et une piscine. Ouvert toute l'année, le camping trois étoiles de Bréhémont a ouvert ses portes en 2014. Il est tenu par un couple : Laetitia (née en 1978) et Romuald (né en 1976). Lui, originaire de Bourgueil, était cadre de la SNCF, elle était musicienne interprète. Ils se sont rencontrés près d'ici sur le terrain de foot de Bréhémont. Propriétaires des murs et du fonds, ils ont investi 88 0000 euros pour acquérir le terrain et le matériel. En moyenne, précise Romuald, le prix du fond d'un camping équivaut à 3-4 fois le chiffre d'affaires annuel. Le montage de leur projet a bénéficié du soutien de la Communauté de communes, de la Région, du Département et de fonds européens. Ils sont aujourd'hui multilabellisés : Camping qualité et Eco label européen, Team holidays partner, PNR LAT et LAV.

Inscrite dans leur projet, leur démarche de développement durable s'est traduite dès la construction par l'utilisation de bio briques et de chanvre pour l'isolation, et par l'installation d'une pompe à chaleur (bloc sanitaire et piscine). L'option du chauffe-eau solaire a été envisagée puis abandonnée en raison « des difficultés techniques ». Enfin, ils ont fait le choix d'Enercoop pour le raccordement au réseau électrique. Cette coopérative fournit aux entreprises et aux particuliers une énergie 100% renouvelable en garantissant « une traçabilité des sources d'approvisionnement et une démarche de circuit court. »

Les postes les plus importants pour leurs charges sont l'électricité (eau chaude et piscine) et les frais de personnel (jardinier, femme de ménage, saisonnier pour l'accueil). Le snack rapporte environ 20% du chiffre d'affaires annuel. Ainsi, Romuald observe que les cyclotouristes qui – voyageant rarement seuls - empruntent la Loire à Vélo sont « rentables » : une nuit sous tente revient à 12 € par personne, à quoi s'ajoutent le plus souvent quelques consommations au snack, environ 10 € par personne. Ils prévoient de doubler le nombre de mobiles homes et d'investir dans un toboggan. Comme d'autres gérants de camping l'ont précisé, le mobile home, contrairement aux tentes toilées équipées et montées, permet d'accueillir des clients toute l'année. Le camping dispose d'une large gamme de possibilités alternatives : des mobiles homes « dernière génération » avec terrasse, des bungalows toilés et des tentes sur pilotis avec table de pique-nique. D'après lui, l'ensemble de ces prestations serait conforme à un établissement classé quatre étoiles. Précisons que ce classement provient d'une observation d'un cahier des charges, appliqué par la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de plein air, et qui se réfère au « Tableau de classement des terrains de camping et caravanage » édicté par le « site officiel du classement des hébergements touristiques ».

Toutes ces prestations sont mises en valeur sur l'interface numérique. Réalisé par un prestataire de La Rochelle rencontré dans un salon, leur site web s'intitule « Loire Châteaux Camping » . Contrairement à celui de Candes-Saint-Martin, ils ont fait le choix d'une formule générique, vraisemblablement pour attirer une clientèle plus large. Notons que le terme camping arrive en dernier, comme s'il s'agissait de mettre en avant le fait qu'un hébergement de plein air ne se résume pas à planter une vulgaire tente Décathlon.

## *Avon-les-Roches : à la ferme*

Ouvert depuis 1988, il comporte six emplacements sur un petit terrain à l'entrée d'une ferme de viticulteurs. Pas de site web, pas d'investissement particulier pour économiser l'eau et produire de l'électricité, les dernières subventions reçues du Conseil départemental datent de l'année de création. Ouvert de Pâques à la Toussaint, le chiffre d'affaires varie de 3000 à 3500 euros grâce à une clientèle d'habitues, suivant pour certains le réseau des caves touristiques des vins du Val de Loire. Le camping est labellisé « Bienvenue à la ferme ». Ce label insiste sur les produits fermiers, la restauration, les séjours et le loisir. À Avon, la ferme a principalement du vin et des œufs à vendre aux clients, mais Jocelyne (née en 1959) précise qu'elle les dépanne également en légumes. La production viticole du domaine n'est pas biologique. Difficile de prendre le risque de perdre une récolte selon Jocelyne, ce qui explique la permanence des traitements préventifs. Ce n'est donc pas dans ce camping, ni ailleurs dans le département (à l'exception du camping de La Fritillaire de Savigny-en-Véron), que l'on trouvera le lien attendu entre agriculture raisonnée, ou bio, et hébergement de plein air.

## 2. Campings et tourisme durable

Ce bref focus sur les campings du département d'Indre-et-Loire permet de pointer quelques constantes. La multiplication des structures en dur de type mobile home, associées à celle des bungalows en toile ou en bois, équipées en cuisine, literie et terrasse, est le signe du développement d'une offre qui permet de renouveler la clientèle des campings et de l'élargir, à la fois socialement et temporellement. On comprend que la touche verte de « développement durable » qui s'exprime dans le choix des matériaux et les modes de production d'énergie est consonante avec ce renouvellement de clientèle. Reste à savoir comment les usagers vivent ces nouvelles prestations. Quels arbitrages président à la juxtaposition d'une recherche de plaisirs et de détente d'une part, et d'autre part aux exigences régulières d'une clientèle en matière de choix de consommation ? Les campings offrent-ils la possibilité de prolonger ou de rompre avec des habitudes prises en dehors des temps de vacances ?

### *2.1 Un modèle de développement peu durable*

Si comme l'exprime la communication des collectivités territoriales, « le positionnement est la « clé de voûte » de la stratégie touristique du territoire », quel est celui des campings en matière de développement durable ? Les aménagements répondant à ce critère sont minoritaires, et lorsque c'est le cas, lacunaires. Du côté des opérateurs, les efforts réalisés en termes de développement durable se limitent à la gestion des ressources énergétiques, aux choix des produits d'entretien et aux manières de traiter les végétaux. Force est de reconnaître qu'il s'agit d'une mutation vertueuse. Mais ces démarches demeurent isolées de celles d'autres acteurs évoluant dans des champs différents, par exemple les viticulteurs. Étrange paradoxe dans un pays où la consommation moyenne de vin par habitant atteint 44.2 litres par an, les responsables de campings travaillent assez peu avec les vignerons du secteur. Il est rare que les bouteilles d'un domaine proche soient à la vente. Deuxième étrangeté, les initiatives qui agitent les mondes des vignerons pourraient être valorisées : passage au bio, agriculture raisonnée, vins naturels... Car il s'agit bien d'engagements compatibles, dans le sens où ils correspondent à une critique raisonnée de la production/consommation de masse, et à un ensemble de croyances en un autre modèle de société. Ce qui touche à la qualité de l'alimentation demeure également en dehors des préoccupations de ces structures d'hébergement touristique : point de valorisation de circuits courts, de produits et de producteurs locaux valorisés sur place.

## 2.2 Un modèle de développement peu intégré

Comme l'avait noté une étude de 2014, l'intégration aux acteurs touristiques (du territoire) est inégale : les campings font partie « d'un socle d'infrastructures et d'offres touristiques de qualité et variées, faiblement intégrés les uns aux autres » (Mahoc, 2014). Chacun poursuit des objectifs propres dans son périmètre, sans faire le lien avec ce qui s'expérimente à côté. Cela ne présage en rien des liens effectifs interpersonnels qui peuvent se nouer entre ces catégories d'acteurs. Mais si cela est le cas, nous notons qu'il n'en transparaît rien dans leur activité professionnelle. On touche sans doute là aux limites des organisations sectorielles corporatistes, fondées sur l'exercice d'un métier qui détient ses règles, ses contraintes et ses cahiers des charges, et où la prise en compte de ce qui se déploie de façon dans d'autres secteurs nécessiterait l'intervention d'un tiers (les fameux « créateurs de connexion ») et/ou une réorganisation de la manière de travailler. Ainsi, les injonctions en termes de « développement durable » entraînent bel et bien des changements de comportements de ces professionnels sur le terrain. Mais elles restent lettre morte pour ce qui concerne les liens entre opérateurs. Dans ce contexte, le label apparaît comme un mode partenarial standardisé. Leur choix par les acteurs constitue d'abord un facteur d'intégration commercial, qui se traduit par une politique environnementale spécifique, et correspond aussi parfois à un engagement militant (Figure 1).

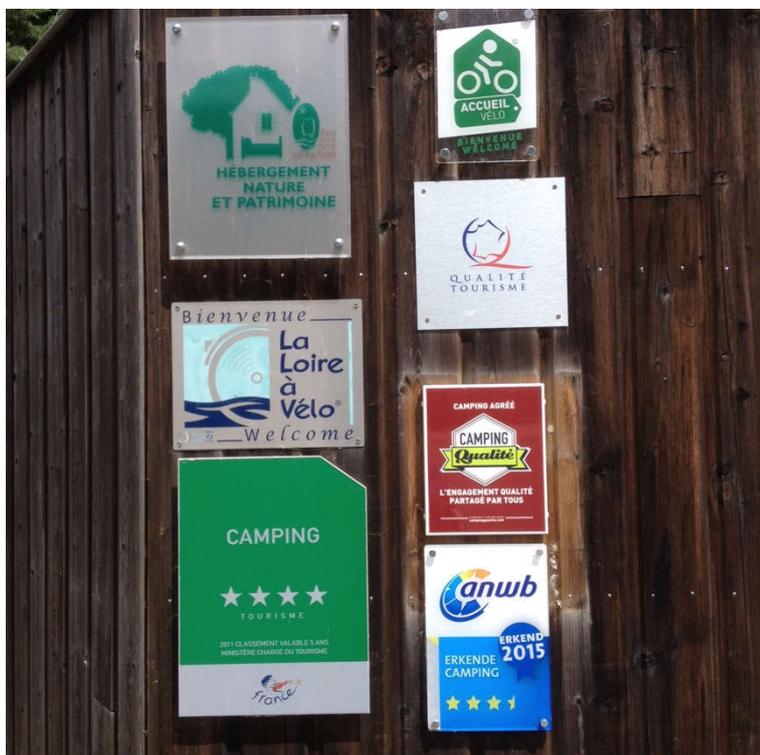


Figure 1: Affichage des labels à l'entrée du camping Isle verte (Montsoreau).

Parce qu'ils s'inscrivent dans un marché concurrentiel, les campings demeurent régis par des impératifs économiques. Dans ce contexte, l'affichage des labels à leur porte est destiné à capter une clientèle informée qui, parfois, détermine son choix en fonction de ces derniers. Ce sont donc des facteurs d'attractivité et des signes de distinction, d'autant que les équipements derniers cris, qui les classent dans un segment de marché intermédiaires entre le camping à l'ancienne – où l'on plantait soi-même sa propre tente – et l'hôtel, opèrent une diversification qualitative de l'offre. La politique des labels a porté ses fruits dans la mesure où les campings récemment conçus mettent en œuvre un équipement et des services qui permettent de les obtenir. En revanche, la notion de tourisme durable s'arrête là. Les connexions entre opérateurs sont faibles, voire, inexistantes, aussi bien sur le terrain que sur leurs sites web.

Au final, les retombées pour les clients des campings sont mineures : en quoi sont-ils directement concernés par les économies d'énergie, le désherbage à la main ou l'utilisation de produits d'entretien « vert » ? Leur bonne conscience se trouve apaisée : leur argent pour planter la tente va à une entreprise qui fait des efforts pour « respecter l'environnement ». En revanche, passé la porte du snack-bar ou du restaurant du camping, à la caisse du petit supermarché du coin, ou le soir de sortie pour se restaurer, il est à nouveau livré aux déraisons de l'hyper capitalisme où règnent en maître les produits de l'industrie agroalimentaire. De même, qu'il s'agisse des possibilités de « découverte nature » ou de produits frais, on y trouve peu d'informations alternatives aux standards (montgolfière, golf à trou et canoë...) des offices de tourisme.

Les campings apparaissent ainsi comme des archipels isolés, où règne une suspension toute relative de l'univers standardisé de la production et de la consommation de masse. Mais aucun lien n'est établi entre cette démarche, dont les retombées marketing sont espérées, et la pluralité des autres acteurs qui, directement au niveau de leur production, s'efforcent de faire autrement, en déjouant les standards du productivisme. Aucune chaîne de coopération ne se met en place. Les opérateurs agissent chacun dans leur secteur ; point d'intersection, de convergence ou d'interaction. À propos des « agents du délire passionnel du capitalisme », Deleuze (2003) note : « On explique au sujet que plus il obéit, plus il commande puisqu'il n'obéit qu'à lui-même. » Pour les clients comme pour les opérateurs, le « respect de l'environnement » procure l'illusion d'un changement de régime, car chacun est persuadé de son autonomie. Forme d'obéissance parmi d'autres, l'adhésion à un label consiste en une relation contractuelle qui exclut les clients, et qui ne les associe à rien d'autre qu'à l'offre du camping. Lieu d'itinérance par excellence, ceux-ci demeurent en dehors des mouvements du monde, plaque tournante territorialisée de nomades territorialisés. D'une part, la « nature » dont il est question s'avère déconnectée de son environnement et des acteurs qui s'efforcent de promouvoir des modes alternatifs de développement. D'autre part, la montée en régime de l'offre et de la demande de bungalows toilés (Figure 2) et en dur atteste de la mutation des manières de camper. À la légèreté des équipements traditionnels (la tente avec ses sardines et sa toile) se substitue une pluralité de possibilités de reproduire l'équipement de base d'une maison « en campant ». Compte tenu des tarifs et des équipements qui induisent mécaniquement des comportements consommateurs, cette forme de « développement durable » ne rime pas ici avec la décroissance. Enfin, dans tous ces domaines, l'accompagnement des collectivités est peu remarquable. Elles privilégient les modernisations et le mode gestionnaire. On observe peu d'expérimentation, et on constate à Chinon par exemple que les impératifs de protection patrimoniale l'emportent sur les investissements nécessaires à une transition énergétique.



Figure 2: Bungalow toilé au camping de Chinon

### 2.3 De la tente aux bungalows : changement de paradigme

L'acte de camper n'est plus référencé aux pionniers de l'entre-deux-guerres, ni aux loisirs des prolétaires du Front populaire. Il se déploie selon une multitude de pratiques parmi lesquelles le prolongement du confort petit-bourgeois occupe une place de choix. « Camper oui, mais avec le confort » pourrait être une devise à la fois des exploitants et des clients. En termes d'investissements et d'image, l'accent porte sur les prestations de loisir et de confort, à travers une modernisation et une professionnalisation normatives indexées aux standards de la consommation de masse (Bréhémont, Chinon, Montsoreau). Situés à l'interface des ressources naturelles et de la production de confort, les aménagements (bloc sanitaire, consommation d'eau, produits utilisés pour le désherbage, etc.) ont pris le dessus ; ils sont envisagés comme médiateurs d'une éducation à l'environnement qui s'est constituée en produit d'appel manié par les professionnels de l'hébergement de plein air. À la beauté du site s'ajoute désormais la qualité des infrastructures, dont la composition et le fonctionnement sont présentés pédagogiquement. À l'expérience sensible s'ajoute une invitation à comprendre, évaluer et calculer son « impact environnemental ». Pour le dire autrement, les joies simples du campeur ont été investies par l'injonction culpabilisatrice de surveiller nos comportements, nos pratiques, dans une forme d'auto-analyse qui prolonge au camping les pressions morales propres à la vie ordinaire.

Tous situés dans « un beau site naturel, calme et préservé », les campings de la marque Indigo ont investi ce segment de marché. Ce « retour à la nature », où l'impression d'être en contact avec un environnement « intact » s'accompagne d'un déploiement de matériel high-tech, n'est pas sans rappeler l'imagerie coloniale du film « Out of Africa » : désormais, en France, dans ces lieux spécialement aménagés, il est possible de faire l'expérience du luxe au fond des bois, dans une ambiance « coloniale » (Figure 2). Il ne faut pas trop d'Afrique non plus, car cela pourrait en dissuader certains. Aussi, l'ambiance est-elle proche de celle d'un club de vacances avec ses prestations multi étoilées, sa piscine, son snack/restaurant, son personnel d'accueil dévoué, sa bibliothèque, ses jeux de société, et ses animations planifiées.

En lien avec cette évolution, le rapport à « la nature » est devenu une question de didactique et de pédagogie, tandis que les campings se sont transformés en médiateur de ces questions.

#### La réception des aménagements durables vus par les touristes

La qualité de l'offre et les conditions de sa réception sont entremêlées. En s'inspirant des six registres de réception élaborés par Jacqueline Eidelman pour décrire les modalités de visite dans les musées, examinons pour chacun d'entre eux les impacts directs et indirects sur les clients qui fréquentent les campings. Par impact direct, nous entendons ceux qui vont réellement avoir un effet sur les expériences lors du séjour en camping. Par impact indirect, nous désignons ceux qui ne modifient pas concrètement la nature des expériences lors du séjour.

- **Registre cognitif** : il s'agit des manifestations d'intérêt pour les connaissances délivrées par le camping et leur dispositif de médiation : labellisation, communication autour du développement durable, par exemple des économies d'eau, du tri des déchets et du désherbage à la main. À l'exception de quelques critères (tri), ce registre induit principalement des impacts indirects.

- **Registre civique** : il s'agit de la portée politique, voire idéologique, du discours du camping et de ses équipements, et de leur pertinence par rapport à une analyse des phénomènes sociaux et historiques, en particulier pour ce qui touche au tourisme/développement durable. Le client peut-il observer une congruence des aménagements du camping avec des objectifs de développement durable ? Ce registre produit des impacts indirects.
- **Registre esthétique** : il s'agit des impressions, sensations, émotions que le campeur a ressenties pendant son séjour ; cela peut être de l'indifférence, du rejet, de l'adhésion, des questionnements, du doute... Les repas sur place par exemple jouent un rôle important dans ce registre. Bien manger, pouvoir accéder à une restauration et à un approvisionnement basé sur des produits issus de l'agriculture bio ou raisonnée, ou au contraire, retrouver les produits standardisés de la restauration urbaine, constitue une expérience simple, mais marquante lors des séjours touristiques (impacts directs).
- **Registre éthique** : comment l'acte de camper peut-il activer une dimension réflexive ? Quelle est sa capacité à engendrer chez le campeur un questionnement de ses valeurs morales, à l'entraîner sur la voie de l'introspection à la réévaluation de son propre système de valeurs (impact indirect).
- **Registre de la familiarité** : il s'agit des manières dont le campeur a pu rattacher l'interprétation de ce qu'il vit lors de son séjour à ses expériences et à son quotidien (impact direct).
- **Registre esthétique** : il s'agit de la qualité des prestations du camping : site (localisation, arbres, desserte, accueil, prestations...) qui a un impact direct sur l'expérience du client.

À l'exception des efforts qui portent sur les aménagements des sites (végétalisation, calme, équipements sanitaires, etc.), le régime de visibilité du développement durable dans les campings privilégie surtout les impacts indirects et néglige les impacts directs. Reconnaissons que certains aménagements, tels que la nature de l'eau chaude (solaire ou non), ne semblent pas constituer un critère de choix des destinations touristiques. Si l'on rapporte les critères de cette grille d'analyse aux observations de terrains conduites auprès des 14 campings d'Indre-et-Loire, nous constatons qu'un investissement, tant cognitif que pragmatique, demeure nécessaire pour traduire dans les faits une politique de développement durable qui puisse obtenir des effets directs sur les expériences des campeurs.