

Travail de Bachelor 2022

Comment encadrer la pratique du camping sauvage véhiculé en Suisse
pour en pérenniser l'activité ?



Auteure : Marion Hazart
Professeur responsable : Alain Imboden
Déposé le 25 avril 2022

HES-SO Valais/Wallis, Filière Tourisme
Module 795 - www.hevs.ch

Crédits photo de l'illustration sur la page de titre : Roman Huber

Résumé

Nombreux sont ceux qui se sont acheté un bus aménagé afin de s'évader du quotidien. Ces escapades rencontrent un franc succès ; la proximité avec la nature, le panorama offert au réveil ou encore la recherche d'individualité. Tout cela fait partie de la culture du camping-car qui s'est déployée ces dernières années autour de la dimension du changement vis-à-vis de nouveaux modes de vie exprimés, soutenue par une liberté commercialisée. Cette tendance « Vanlife » remet en question la durabilité dans l'encadrement de la pratique en Suisse, destination prisée des adeptes et novices en raison de la crise sanitaire du COVID-19. Celle-ci a fait exploser la demande résultant en un amas de véhicules le long des cols de montagne, en forêt ou encore dans des lieux interdisant la pratique du camping sauvage véhiculé. Quant à l'encadrement, c'est la législation sur l'exploitation territoriale qui régule le phénomène, au détriment d'une forte valeur ajoutée pour les destinations touristiques. Par une approche qualitative, ce travail met en lumière les défis auxquels les acteurs ont dû faire face, en présentant des démarches dans différentes configurations politiques. Bien que la réglementation soit un sujet délicat, des offres en adéquation avec un tourisme durable ont vu le jour apportant un souffle nouveau sur un marché qui ne demande qu'à se développer.

Mots-clés : vanlife, camping-car, plein air, tourisme durable, Suisse

Avant-propos et remerciements

Pour mener à bien ce travail, de nombreuses ressources ont été nécessaires au vu de la thématique choisie et pour laquelle une méthode de travail dite « qualitative » a été entreprise. L’auteure tient à souligner que toutes les sources d’informations sont répertoriées dans la liste de références, à l’exception de l’analyse SWOT pour laquelle les connaissances acquises, mais aussi la recherche d’informations référencées, ont pu être soigneusement appliquées.

Le camping sauvage véhiculé en Suisse comme objet d’étude est né à la suite d’une expérience professionnelle à l’été 2020 au sein d’un camping étoilé au bord du lac de Biemme. En effet, les utilisateurs de véhicules récréatifs aménagés étaient nombreux à s’approvisionner à la borne de vidange gratuite située à l’entrée du camping sans pour autant y passer la nuit. Intriguée par la situation, l’auteure de ce travail s’est mise en tête d’analyser cette tendance attractive et grandissante en mettant ses compétences à profit afin de cibler les besoins de cette nouvelle forme de tourisme véhiculé pour comprendre comment y répondre.

À l’issue de ce travail, l’auteure tient à remercier toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à l’aboutissement de son travail. En premier lieu, Monsieur Alain Imboden – son répondant – pour sa disponibilité, sa patience et son expertise. Ensuite, Monsieur C. Föhn, coordinateur du réseau des parcs naturels suisses au moment de l’Interview, pour avoir donné accès à la rencontre en ligne dénommée *Erfahrungsaustausch* en janvier dernier ; un partage d’expériences entre les différents parcs concernés par la problématique du camping sauvage véhiculé sur leur territoire. Ainsi que Monsieur R. Järmann, président de l’association suisse Au Pays du Camping-car, pour sa disponibilité et les précieuses actualités transmises. Puis, les intervenants durant les entretiens en visioconférence pour leur expertise et la richesse des informations. Enfin, des amis et membres de la famille pour leurs conseils et leur soutien.

Table des matières

Liste des figures	vii
Liste des tableaux	viii
Liste des abréviations	ix
Introduction	1
1. Problématique	2
1.1 Objectifs.....	4
1.2 Méthodologie et limite.....	5
1.3 Questionnaire sur la base d'une approche qualitative	6
2. Revue de la littérature	7
2.1 Désignation du camping-cariste	7
2.2 Nomadisme contemporain.....	8
2.3 Pratiques spatiales – coexistence	9
2.4 Du campement au camping	10
2.5 Nouvelles tendances	11
2.5.1 La quête du sauvage.....	12
2.5.2 Boost économique.....	12
3. Les bonnes pratiques en Suisse et à l'étranger	14
3.1 Législation	14
3.2 Aires d'accueil	15
3.3 Gestion des déchets	19
3.4 Sensibilisation à la nature	21
4. Offres sur le marché suisse pour un tourisme durable	22
4.1 Association Van Life Explorer Schweiz	23
4.2 Label « Camping-car bienvenue »	24
4.3 Nomady pour du camping en pleine nature	27
4.4 Etude de cas relatifs à l'exploitation territoriale.....	28
4.4.1 L'exemple des cantons d'Uri et Berne.....	28
4.4.2 La taxe forfaitaire de la Biosphère Val Müstair.....	30
4.5 Pop-up éphémère	31
4.6 Plateformes digitales.....	33
4.7 Campagne de sensibilisation du Club Alpin Suisse	34
5. Approfondissement avec les professionnels du terrain	36

5.1 Résultats des entretiens.....	36
5.1.1 Encadrement du phénomène	37
5.1.2 Véhicules et profils des utilisateurs	39
5.1.3 Tendances « Outdoor ».....	41
5.1.4 Création de valeur ajoutée pour une destination.....	44
5.2 Suggestions d'amélioration	46
5.2.1 Offre de nuitée complémentaire.....	46
5.2.2 Adaptation du règlement communal	47
5.2.3 Identification et communication des aires d'accueil officielles.....	47
5.2.4 Etablissement d'une « Customer Journey ».....	47
5.3 Limites et perspectives de recherche ultérieures	48
5.3.1 Autonomie du véhicule	48
5.3.2 Analyse des évaluations laissées sur Park4night	48
5.3.3 Simplification du cadre législatif	48
5.3.4 La quantité de véhicules reste(ra) un problème	49
Références	50
Déclaration de l'auteur	56

Liste des figures

Figure 1 : Le camping-cariste responsable.....	4
Figure 2 : Carte de camping en Islande.....	19
Figure 3 : SWOT analyse de la Suisse comme destination « Van Life »	22
Figure 4 : Offre camping-car gourmand à Dürnten, ZH	25
Figure 5 : Offre "Wohnmobil-Dinner" Simmenfälle, BE	26
Figure 6 : Emplacement TempCamp avec bus VW	31
Figure 7 : Canaux de communication du concept TempCamp	32
Figure 8 : Exemple d'un des quatre volets de la campagne de sensibilisation du CAS.....	35
Figure 9 : Destinations de voyage VL.....	37
Figure 10 : Répartition des VRA loués en 2021 sur MyCamper	39
Figure 11 : Vignette autarcie.....	40
Figure 12 : Motifs principaux de la pratique.....	42
Figure 13 : Création de valeur au sein d'une destination.....	44
Figure 14 : Période de réservation et de vacances en 2021 - MyCamper	45
Figure 15 : Encadrement de la pratique pour un tourisme durable	46

Liste des tableaux

Tableau 1 : Emplacements « vue montagne »	16
Tableau 2 : Emplacements « vue sur l'eau »	17
Tableau 3 : Emplacements « vue sur la nature »	17
Tableau 4 : Guide pour la mise en place d'une aire d'accueil en Suisse.....	28
Tableau 5 : Procédure cantonale relative à l'exploitation territoriale du canton d'Uri.....	29
Tableau 6 : Comparaison des plateformes digitales	33
Tableau 7 : Formes de camping sauvage motorisé imaginées par le CAS	34
Tableau 8 : Différenciation d'une aire d'accueil et d'un camping.....	43

Liste des abréviations

CAS	Club alpin suisse
DMO	Destination management organisation
VL	« Vanlife », littéralement « la vie dans un van » (véhicule)
VRA	Véhicule récréatif aménagé
VW	Volkswagen – marque/modèle de véhicule récurrent à l'évocation de la Vanlife

Introduction

L'objectif de cette recherche est de comprendre les enjeux du camping sauvage véhiculé en lien avec le tourisme durable et comment la pratique s'est déployée en Suisse, notamment par la crise sanitaire du COVID-19. La « Vanlife » (VL) est une communauté de passionnés de bus Volkswagen (VW) et autres modèles de véhicules avec lesquels vivre sur la route dans un esprit vagabond et ambulant ne déplaît pas, puisqu'ils contiennent le nécessaire à bord pour survivre quelques jours dans la nature. Cette tendance issue des USA réunit des aventuriers en quête de nature, se créant un réseau lors de retrouvailles et profitant des plaisirs simples de la vie, par ex. autour d'un feu de camp (Van Life Explorer Schweiz, s.d.). Cet écrit donne l'opportunité de mettre en lumière les offres dans ce sens sur le marché suisse, afin de signifier leur raison d'être grâce à la valeur ajoutée créée par ce nouveau public. Pour ce faire, ce travail est divisé en plusieurs parties afin d'offrir une structure cohérente.

En premier lieu, la revue de la littérature va permettre de situer le contexte scientifique et définir les valeurs des utilisateurs de véhicules récréatifs aménagés (VRA) tout en se familiarisant avec leurs besoins. À la suite de cela, un état des lieux sommaire des bonnes pratiques en Suisse et à l'étranger sera dressé où les destinations comme la France, l'Islande et la Scandinavie proposent des idées intéressantes autour des facteurs majeurs relatifs à l'encadrement de la pratique que sont la législation, les aires d'accueil, la gestion des déchets et la sensibilisation à l'environnement.

Ensuite, il sera question de considérer la Suisse comme destination du camping sauvage véhiculé en parallèle de la tendance VL comprenant les loisirs et la proximité avec la nature, l'aspect communautaire, la digitalisation ou encore l'expérience de la nuitée en plein air. Ce faisant, le touriste véhiculé devient un consommateur utile à l'économie, par les différentes déclinaisons de produit qui lui sont proposées. Des études de cas sur l'exploitation territoriale, la taxe de séjour relative et les outils digitaux précisent l'offre destinée d'une part aux adeptes du camping sauvage véhiculé, et d'autre part, aux prestataires concernés par la problématique.

La dernière partie complète ce travail à l'aide des résultats obtenus durant les entretiens menés avec différents experts de ce domaine d'étude. Le but étant de démontrer les rôles prépondérants des acteurs d'une région tout en répondant aux besoins du groupe cible avec une offre en adéquation, le tout dans une perspective de tourisme durable. Pour ce faire, des suggestions d'amélioration sont émises afin d'aider le secteur à opérer dans des régions prisées par une forte demande en nature.

1. Problématique

Fidèle à la devise « le chemin est le but », le voyage en VRA laisse place à la spontanéité et à la liberté (TCS, s.d.) – séduisant un public grandissant en Suisse au vu de la hausse des chiffres qui s’inscrit dans la durée. En effet, la mise en circulation de camping-cars sur le marché atteint chaque année des chiffres records, comme l’atteste l’Office fédéral de la statistique, avec une augmentation de 26,4% en 2021 par rapport à 2020, année similaire avec + 25,8% par rapport à 2019 (OFS, 2021), s’expliquant en partie par « la pandémie de coronavirus [qui] a relancé avec force l’engouement pour des vacances sur le territoire national » (UPSA, 2021). À cela s’ajoute un mode de vie très tendance auprès des jeunes, notamment grâce aux contributions sur les réseaux sociaux sous le hashtag #vanlife, en plus de susciter la curiosité pour la vie nomade, il permet des vacances à bas prix tout en renouant avec mère-nature (TCS, s.d.). Ce loisir a donc tout pour plaire, renforcé par les avantages de la digitalisation, à l’image du télétravail imposé dans de nombreuses entreprises à la suite de la crise sanitaire.

Ces véhicules impressionnent par leur praticité et leur polyvalence ; ils sont à la fois transport et hébergement. Et pourtant, vivre sur la route implique des responsabilités à l’égard des lieux, de l’environnement ou encore de ses semblables. Ces thématiques font écho aux trois piliers du développement durable pour lequel le camping-cariste, mais aussi les prestataires touristiques jouent un rôle important. Rappelons que le tourisme durable vise l’équilibre de ces piliers puisqu’il « tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l’environnement et des communautés d’accueil » (OMT, s.d.). À l’échelle d’un parc régional en Suisse – comme celui du Gantrisch, il s’agit de proposer des expériences avec des offres de loisirs respectueuses de la nature afin de créer un lien entre les visiteurs et les hôtes partageant le même territoire (Zahnd, 2022). D’un point de vue environnemental, la faune et la flore évoluant dans des espaces de vie communs avec l’homme sont de plus en plus menacés alors que ce dernier s’improvise son campement en pleine nature, parfois là où il n’est pas autorisé à le faire. La préservation de la biodiversité est de mise ; également vis-à-vis des émissions de CO₂. Ensuite et d’un point de vue économique, le camping-cariste est un segment issu d’un marché en pleine expansion à la suite de la crise sanitaire ; il est alors question de gestion envers une demande en forte augmentation. Quant au pilier social, ce mode de vie ambulante heurte les mœurs, notamment par la désignation de cette pratique qu’est le camping *sauvage*. De plus, certains lieux de villégiature se sont vus prisés par l’arrivée en masse d’un tourisme véhiculé.

L'étude de l'accueil réservé aux camping-caristes va permettre de donner des éléments de réponse en vue d'une perspective durable de la pratique. L'offre est prépondérante dans l'encadrement par la mise à disposition des zones de stationnement, favorisant un tourisme respectueux. Des indicateurs de développement durable à l'égard des acteurs et prestataires touristiques seront émis à l'issue de ce travail, à l'aide de l'analyse. Néanmoins, à ce stade, il est intéressant de rappeler que la nature est un lieu privilégié de récréation ; un *spot* très recherché pour y passer la nuit. En matière de durabilité et d'après la plateforme « Récréation en forêt », le milieu forestier est considéré comme :

- Un écosystème avec différentes prestations de détente
- Un espace offrant des activités de loisirs (bénéfices pour les camping-caristes)
- Un espace économique (entretien, gestion et régulation par les exploitants)

(Freizeitwald, s.d.)

Ces éléments soulignent les bases de la problématique, puisque que pour encadrer, il faut réguler les zones à visée récréative. Et cela pose des contraintes avec le milieu forestier et agricole, d'autant que l'exploitation territoriale requiert une autorisation cantonale à la demande du propriétaire de terrain. Une seconde zone grise réside dans le fait que le camping-cariste stationne quelque part sans payer la taxe de séjour due, résultant en une activité « illégale ». L'utilisateur de VRA a sa part de responsabilité, mais pas uniquement. À ce propos, une charte a été établie par un Ecopark Motorhome en Algarve invitant le visiteur à repenser la pratique (Figure 1). Celle-ci encourage notamment à interagir avec les communautés locales en soutenant les supérettes, et opter pour des places de stationnement prévues à cet effet.

Être acteur du tourisme durable est un acte de conscience. À l'exemple du randonneur suivant les chemins balisés afin de ne pas déranger la faune et la flore, le camping-cariste ne profitera que de meilleure façon de la nature s'il la préserve par la même occasion. Le bien-être social des parties prenantes, la gestion environnementale des aires d'accueil et les services relatifs sont les éléments à considérer dans l'étude d'une perspective durable du tourisme en camping-car.

Figure 1 : Le camping-cariste responsable



Source : Motorhome Ecopark Algarve (s.d.)

1.1 Objectifs

La question de recherche de ce travail est la suivante : **comment encadrer la pratique du camping sauvage véhiculé en Suisse pour en pérenniser l'activité ?** Le but de ce document étant de servir de feuille de route à l'attention des acteurs de la branche touristique pour comprendre les besoins des utilisateurs de VRA de manière à adapter l'offre en conséquence. Afin de répondre à la question de recherche de façon claire et précise, les objectifs ci-après ont été définis.

Le premier objectif vise à éclairer les bonnes pratiques autour du camping sauvage véhiculé afin de présenter une vision globale, avec pour appui, des exemples pertinents de Suisse et de l'étranger. La législation, les aires d'accueil, la gestion des déchets et la sensibilisation des visiteurs sont les thèmes actuels autour desquels l'encadrement se déploie.

Le second objectif a pour but de positionner la Suisse comme destination VL en analysant les idées innovantes relatives aux produits touristiques et services qui en découlent, comme les plateformes digitales faisant partie de la culture du nomade contemporain. Cette étape du travail permet également de porter à la connaissance du lecteur les outils à disposition dans le développement d'offres.

Le troisième et dernier objectif vise à déterminer le potentiel et la faisabilité d'initiatives à l'égard de l'accueil des camping-caristes en Suisse et à fournir des recommandations pour développer des solutions dans des régions avec une demande en tourisme de sports et de nature.

1.2 Méthodologie et limite

Plusieurs méthodes ont été choisies pour répondre au mieux aux objectifs de recherche présentés dans le sous-chapitre précédent. Le premier objectif réunissant les pratiques de la VL de manière globale a été atteint non seulement grâce à la revue littéraire qui repense le camping et son lien à la nature, mais aussi par des articles et informations données au public comme Visit Sweden, Pro Natura ou encore France Passion. Le but étant de connaître la manière dont le secteur évolue face aux défis actuels environnant l'encadrement de la pratique, tels que la législation, les aires d'accueil, la gestion des déchets et la sensibilisation des visiteurs à la nature. Un benchmark a été établi d'après le site Au Pays du Camping-car référençant les aires en Suisse afin de souligner leurs similarités et différences, et ce, à l'aide d'un filtre de recherche comprenant les attraits paysagers majeurs que sont la nature, l'eau et la montagne.

Pour accomplir le deuxième objectif regroupant des initiatives en place sur le territoire, la technique de l'analyse SWOT a été considérée pour démontrer les facteurs relatifs à la VL en Suisse. Ensuite, des données secondaires ont été nécessaires et transmises par des experts, tels que des directeurs de Destination Management Organisation (DMO) ou des chefs de projets de parcs naturels. Il a également été fait appel à leurs expériences en la matière ; cette démarche qualitative permet d'établir les processus d'encadrement de la pratique et de comprendre les enjeux auxquels les professionnels du terrain ont été confrontés. Résumés en Annexe, les 21 entretiens se sont déroulés par téléphone ou en visio-conférence sur la base d'une enquête réunissant 28 questions ouvertes traitant 4 thématiques actuelles – voir page suivante. Ce questionnaire a été traduit et adapté en fonction du prestataire, à l'exemple de la plateforme de location MyCamper ou l'association Van Life Explorer Schweiz basées en Suisse-allemande.

Le dernier objectif visant à développer des solutions pour des destinations a été atteint sur la base de conclusions tirées de l'analyse conduite par la question de recherche. Ces résultats ont pour but d'être appliqués en premier lieu dans des sites touristiques d'intérêt sports et nature.

Bien que la demande de la pratique du camping sauvage véhiculé soit en hausse en Suisse, ce travail présente également des limites. À commencer par le stationnement d'un VRA en ville, s'ensuit la cohabitation difficile entre les camping-caristes et les riverains. Cette problématique a été volontairement écartée afin d'axer sur les activités récréatives en nature au vu de la richesse du patrimoine naturel. De plus, l'étude de l'offre existante permet de s'intéresser au marché du camping sauvage véhiculé et de se pencher sur la demande, qui bien que considérée, est décrite de manière relative au vu de l'approche qualitative entreprise.

1.3 Questionnaire sur la base d'une approche qualitative

Prise de connaissance de la structure d'accueil

Dans un premier temps, pouvez-vous me décrire l'infrastructure à disposition ?

(Nombre d'emplacements, toilettes mobiles/sèches, automate à jetons, moyen de paiement)

D'après vous, est-ce que la réglementation en place est respectée ?

Des contrôles sont-ils régulièrement effectués ? Et si oui, par qui ?

Dans une relation de confiance, les clients jouent-ils le jeu ?

Encadrement et réglementation

Depuis quand cette infrastructure est-elle en place ?

Quel a été l'élément déclencheur ?

L'avis des riverains a-t-il joué un rôle dans votre décision ?

Qui sont les acteurs concernés ? Comment avez-vous procédé ?

Avez-vous rencontré des difficultés : dans la coopération ? à faire respecter le règlement ?

Avez-vous adapté la réglementation ? Si oui, quels ont été les changements ?

Véhicules et profil des utilisateurs

Quelles catégories de véhicules stationnent chez vous ? Laquelle est majoritaire ?

Considérant que les gros Trucks se voient refusés des campings, en avez-vous fréquemment ?

D'après vous, y-a-t-il un profil « type » d'utilisateurs ?

Avez-vous des familles ? Des clients avec des chiens ?

À quel % indicatif estimeriez-vous le taux d'indigènes vs d'étrangers ?

- Origine des usagers : canton suisse // hors Suisse, quel pays ?

D'après vous, quel est le motif principal de la pratique du camping sauvage véhiculé ?

D'un point de vue financier, quel profil serait le plus enclin à payer ? Et le moins enclin ?

Avez-vous eu écho des utilisateurs comme consommateurs ?

Crise sanitaire COVID-19

La pandémie, a-t-elle eu un impact sur le stationnement au sein du lieu ?

Si oui, comment l'avez-vous mesuré ? (Nombre de véhicules, hausse de paiement, dégâts, etc)

Selon vous, y-a-t-il eu une hausse de novices ?

Si oui, quelles ont été les conséquences en termes de comportements ?

Discussion

Selon vous, la pratique du camping sauvage véhiculé participe-t-elle au tourisme 4 saisons ?

Quel conseil donneriez-vous aux entités politiques : plutôt interdire ou éduquer ?

Finalement, aimeriez-vous encore ajouter quelque chose ?

2. Revue de la littérature

2.1 Désignation du camping-cariste

Ce travail s'articule autour d'une population ayant fait le choix d'un mode de vie à bord d'un véhicule récréatif, tendance originaire des USA illustrant les « mythes de l'errance et du vagabondage, contraints ou choisis » (Forget, 2013, p.165). Ce véhicule décliné en camping-car, van, fourgon ou encore SUV¹ est aujourd'hui un moyen de transport qui a fait sa place dans le paysage Suisse et permet un nouveau type de vacances. Aménagé, ce véhicule circule dans les milieux urbains, ruraux ou encore alpins tout en possédant un avantage compétitif : celui d'être autonome non seulement en termes d'hébergement mais aussi en eau propre et électricité, deux composants essentiels à la survie de son utilisateur en pleine nature. Quant à l'autonomie de ce dernier, elle est néanmoins limitée par la dépendance aux bornes « Euro relais » officielles situées sur des zones de service, telles que des aires d'autoroute, parkings ou encore à l'entrée des campings. Ces dernières se déploient comme une station sanitaire permettant de vidanger les eaux grises de la cuisine et de la salle d'eau, les eaux noires des toilettes chimiques ainsi que de s'approvisionner en eau potable. À savoir que pour survivre dans la nature, l'eau doit être changée en moyenne tous les 3 jours, ces bornes de service sont très appréciées. De plus, leur utilisation contribue à préserver l'environnement, mais aussi à accueillir favorablement ces pratiques.

Un autre aspect à considérer est le mobilier installé à bord du véhicule : au moins $\frac{3}{4}$ du volume disponible au sein de l'habitacle doit être aménagé en espace à vivre, en prévision des séjours courts comme longs (Imsand, 2018). Ainsi, les VRA inférieurs à 3,5 tonnes doivent contenir un lit, des sièges et rangements, table et installation de cuisine. Quant à ceux de plus de 3,5 tonnes, une douche ainsi que des toilettes doivent être prévues (Imsand, (2018). En considérant que la majorité des véhicules récréatifs a été reconvertie en version aménagée – et donc issue du modèle inférieur à 3,5 tonnes – l'espace intérieur n'inclut pas nécessairement des toilettes, limitant ainsi l'utilisateur dans son indépendance à bord du véhicule. Autrement dit, c'est l'exact opposé des véhicules autarciques : ceux qui se suffisent à eux-mêmes. Ce point renforce la nécessité de la mise à disposition d'une infrastructure de service dans le cadre de cette pratique touristique, dont les adeptes de bus VW sont de plus en plus nombreux.

¹ Véhicule utilitaire de sport, terme issu de l'anglais : « sport utility vehicle »

2.2 Nomadisme contemporain

Il a été choisi de définir ces automobiles motorisés et habitables comme des VRA où l'utilisateur est désigné comme un camping-cariste qui « s'entend ici au sens de touriste utilisant un camping-car ou un fourgon aménagé, à la fois pour se déplacer et pour résider au moins une nuit hors du domicile » (Dodier, 2018, p.1). D'après Forget (2017, p.4), c'est le voyage d'une zone à une autre « tout en conservant une même résidence sur roues » qui reconstruit le sentiment du chez-soi et l'emporte ainsi sur le tourisme résidentiel classique². Dès lors, le paradoxe se déploie autour du « pôle de l'habitat [puisque] le camping est à la fois une manière minimaliste d'habiter et l'extension possible d'une habitation » (Sirost, 2002, p.50). S'intéresser à la pratique met alors en lumière de nouveaux styles de vie en lien avec la spatio-temporalité du voyage (Michel, 2010).

Bien que ces modes d'habitat relèvent du contemporain, les manières de vivre dans la nature restent les mêmes : d'une part l'hôtellerie de plein air « synonyme du grand rush urbain [...] des mois de juillet et août » et d'autre part, les aires d'autoroute initialement destinées « à la pause lors des haltes sur le chemin des vacances » (Sirost, 2001, p.582). Ces dernières sont devenues des lieux de stationnement proches des commodités dont l'utilisateur bénéficie en prime d'un aménagement au vert (Sirost, 2001).

En possédant un « bien de consommation distinctif », les camping-caristes sont identifiés à partir d'un groupe social auquel ils appartiennent (Dodier, 2018, p.5). D'un point de vue sociologique, les détenteurs de ces véhicules sont différenciés par tranches d'âge et manières d'habiter l'espace : alors que les camping-cars sont une affaire de couples – retraités – à laquelle s'ajoutent amis et famille, les fourgons aménagés sont, eux, possédés par des jeunes plutôt actifs (Dodier, 2018). Toujours selon Dodier (2018, p.6), pour la pratique du camping sauvage, l'avantage est donné aux déclinaisons plus compactes stationnant « dans d'autres lieux que ceux qui sont pratiqués par les propriétaires de camping-cars classiques – blancs, donc facilement repérables ». Ces profils hétérogènes d'utilisateurs ont pour conséquence des comportements variés dans la nature, renforcés par la massification de ces pratiques. En effet, non seulement « des flux importants sont apparus là où, naguère, ne venaient que quelques initiés » ayant pour impact la multiplication des sites de sports de nature, mais aussi l'inquiétude naissante de cette évolution renforçant les conflits existants entre les riverains et les camping-caristes³, mais encore la nécessité d'encadrer cette pratique (Mounet, 2007, p.3).

² Avoir une seconde résidence fixe pour des vacances, généralement sous le soleil (Forget, 2017)

³ Pour rappel et selon Dodier (2018), le camping-cariste est l'utilisateur des VRA

L'appropriation de l'espace va de pair avec les normes comportementales comme « la juste distance à respecter, [l'utilisation de] l'espace environnant le camping-car, [ou encore] le respect des interdictions » (Dodier, 2018, p.8).

2.3 Pratiques spatiales – coexistence

Au sein de cet espace partagé se déclinent les pratiques spatiales du camping-cariste, telles que la recherche des lieux de stationnement ou encore la question de la borne de vidange des eaux grises et noires. Ces pratiques sont liées aux interactions sociales, surtout dans des endroits méconnus ou lorsque le camping-cariste ne parle pas la langue. Dès lors, il s'adresse plus facilement à ses semblables issus du même groupe social. D'autant plus que les camping-caristes ne sont pas toujours accueillis favorablement par les habitants. En effet, « leur arrivée peut être vécue comme une invasion menaçante » à laquelle les riverains font face en les dénonçant auprès de leur commune, dont la tâche est de régler les flux sur son territoire (Sirost, 2002, p.56). Cette gestion peut s'avérer compliquée lorsque de nouveaux modes de comportements impactent l'environnement avec des camping-caristes stationnant « dans des lieux non prévus pour cela » (Dodier, 2018, p.10). Ces manières de faire liées à « l'individualisation croissante des modes de vie » ont pour contrainte l'aménagement de certains espaces, voire l'interdiction de camper sauvagement (Dodier, 2018, p.10). Ainsi, des dispositifs spatiaux peuvent être mis en place par les entités politiques territoriales tels que les panneaux réglementant le stationnement, une zone prévue à cet effet ou encore la pose de barrières et rochers (Dodier, 2018). Cet agencement vise à apaiser les relations entre camping-caristes et riverains – mais aussi entre les utilisateurs – afin d'encadrer la pratique dans un souci de sécurité et de préservation de l'endroit. Dans les faits, ce sont surtout « les normes affectées à l'espace, à la mobilité et à la relation à autrui qui arbitrent » la coexistence entre les camping-caristes (Dodier, 2018, p.11). De manière générale, le changement est considéré comme une « composante même de la culture du camping-car [où les utilisateurs] expérimentent de nouveaux lieux ou de nouvelles manières de faire afin de mettre en place de nouvelles pratiques spatiales » (Dodier, 2018, p.8). Par exemple, partager le territoire inclut des liens sociaux qui tendent à être volontairement évités par les adeptes. Cette pratique libère ses usagers des contraintes de partage d'espace, puisque certains sont à la recherche de lieux propres à eux, leur permettant d'expérimenter le goût de l'aventure et les risques encourus du camping sauvage. Cette prise de distance leur permet de se distinguer de l'ensemble du groupe (Dodier, 2018).

Dodier (2018, p.11) poursuit avec la notion « d'identité de mouvement » réalisée au « travers du partage de valeurs liées à la liberté de stationnement et à des arts de faire au quotidien ». En effet et d'un point du sociologique, il semble que « les individus construisent des routines comportementales afin de trouver leur place dans l'espace et la société » où l'expérience permet l'affirmation de leur mode de vie évolutif (Dodier, 2018, p.7). Comme Dodier le souligne dans son article (2018), l'effet de groupe a un impact sur la décision des camping-caristes au quotidien ; comme la déduction d'un stationnement autorisé à la vue du nombre de véhicules – les uns se sentant rassurés de la présence des autres. Ce raisonnement peut également être perçu comme une recherche de sécurité, grâce à la densité des camping-caristes sur place. En revanche, pas tout le monde n'est friand de contacts sociaux et réseautage. Cette « diversité de postures individuelles » a inévitablement un impact sur les manières de coexister et de se partager le territoire (Dodier, 2018, p.8). Par ailleurs, certains conflits entre camping-caristes et riverains ont pu être évités comme dans l'exemple ci-après : « lorsque le lieu de stationnement était proche d'une habitation, l'auteur [avait] pris l'habitude d'engager la conversation pour [en] demander l'autorisation » (Dodier, 2018, p.4). Selon l'utilisateur du véhicule, Forget (2013, p.172) ajoute que ces contacts aujourd'hui se réduisent plutôt à des « relations épisodiques [préservant] l'intimité du chez-soi, du home, dont les portes restent généralement fermées ». L'augmentation du nombre d'utilisateurs permet de voir de la diversité dans leur manière d'habiter, mais aussi dans leur discours autour de la liberté ; une valeur centrale de la pratique et encouragée par la promotion des commerciaux : « liberté de partir quand bon leur semble, liberté dans le choix du parcours, liberté dans le lieu de stationnement. » (Dodier, 2018, p.8). Ainsi, les pratiques spatiales des camping-caristes redéfinissent la culture de la mobilité touristique avec une « réponse des individus [oscillant] entre standardisation des comportements et tentatives de se mettre en dehors du monde social » (Dodier, 2018, p.15).

2.4 Du campement au camping

La dimension sauvage du camping « fondé[e] sur le registre de l'expérience, de l'instinct et de la liberté » (Krieger et al., 2017, p.26) est renforcée par l'habitat temporaire requis du campeur qui le prédestine comme quelqu'un de passage (Sirost, 2001). Ce dernier « concilie cette contradiction entre le sentiment de sécurité lié à la présence d'un toit et [celui] de la fragilité dévolue à sa structure matérielle » (Sirost, 2002, p.60). Sirost (2011, p.107) va plus loin dans son constat avec une « pensée sauvage à l'œuvre » dans ce retour à la nature de

manière primitive. En effet, cette précarité recherchée se retrouve dans les éléments naturels comme les grottes, arbres et buissons faisant du camping un jeu amoureux par excellence, où les corps s'adonnaient dans un premier temps à la promiscuité de la vie sous tente (Sirost, 2011). D'après lui (2011, p.105), cette confrontation à la nature par la toile « devient une véritable école de vie sauvage » à la fin du 19^e siècle « qui fera recette [plus tard] en Occident » (2011, p.108). Par le camping, il est proposé au citadin la pratique de schémas primitifs dans lesquels le scoutisme aux valeurs éducatives est un précepte d'encadrement à cette vie sauvage (Sirost, 2011). En effet, laisser l'emplacement propre était déjà dans les années 1950 « un leitmotiv d'éducation » garant pour pérenniser ce loisir de plein air (Sirost, 2011, p.108).

Quant à la logique du campement au camping, elle s'est faite de manière progressive : de la petite tente carrée au modèle familial, de la roulotte à la caravane ou encore du mobil-home aux véhicules de passage – l'habitat fragile, puis mobile pour aller « vers une hôtellerie de loisirs plus pérenne » (Sirost, 2011, p.104). La dimension temporaire du camping sauvage se déploie dans le stationnement farouche, mais aussi la durée imposée par la régulation des aires officielles – comme les parkings prévus à cet effet. D'une part, cela limite le camping-cariste dans la planification d'un long séjour au même endroit, renforçant son statut de nomade. Et d'autre part, ce caractère fugitif démontre que « lorsque [le camping] s'inscrit dans la durée, il redevient campement » différenciant là aussi le nomade contemporain de ses semblables fréquentant l'hôtellerie de plein air (Sirost, 2011, p.110).

2.5 Nouvelles tendances

Ce regain d'évasion souligne l'intérêt pour les sorties en nature à la recherche d'une bouffée d'oxygène au cours du 20^e siècle. La crise sanitaire COVID-19 aura renforcé cet exode urbain, à l'opposition de l'exode rural ayant eu lieu lors de la révolution industrielle. Sirost interpelle avec une « colonisation à l'envers » (2002, p.57) au vu de l'engouement de la ville à la campagne au regard d'une société « dans une quête salubre d'air pur en réaction à la vie urbaine, et dans un souci d'évasion loin des valeurs modernes » (2001, p.587). L'expérience au grand air renoue alors avec le territoire symbolique qu'est la nature, comme un retour aux véritables richesses. Et « si cet héritage venait de notre société de loisirs de masse ? » (Sirost, 2001, p.588).

2.5.1 La quête du sauvage

La quête du sauvage semble faire partie intégrante du mode de vie du campeur au 21^e siècle, qui – expulsable à tout moment – reste dans une position précaire, pourtant très recherchée. En effet, « plus le risque naturel ou juridique de perte de l’habitat est important, plus le sentiment d’attachement à cet habitat semble conforté » (Sirost, 2002, p.60). Ce besoin de nature s’est traduit en une forte demande en espaces « laissés libres et vacants dans les années 1960 [devenus] des équipements collectifs urbains » (Krieger et al., 2017, p.32). L’évolution récente de la croissance de la pratique a pour conséquence l’aménagement des sites naturels – légitimé par les enjeux environnementaux – « finalement éloignés du sauvage et de l’idée de liberté qu’ils véhiculent pourtant » (Krieger et al., 2017, p.26). Cet accès aux sites aménagés n’est pas perçu par tous de la même manière, et entraîne des comportements différents. Certains y voient une porte d’entrée sur le monde du sauvage alors que pour d’autres, l’aménagement « le limite, voire l’interdit » (Krieger et al., 2017, p.33). Du côté de la demande, cette quête s’apparente à « un phénomène de masse qui va jusqu’à détruire son propre objet par la consommation effrénée de l’espace et de la nature » (Le Louarn, 1988, p.41). Dans un contexte de sensibilité écologique, ce constat souligne une déconnexion entre l’être humain et la nature où l’encadrement de la pratique permet de réduire l’impact du camping-cariste – sur l’environnement – sur le long terme. À ce stade, Sirost (2001, p.586) s’interroge : « la grande utopie [du camping], ne résiderait-elle pas dans l’énergie investie à pérenniser un mode de vie qui, par nature, ne l’est pas ? ». Mounet (2007, p.10) y rétorque par l’encadrement de la pratique du camping sauvage comme une solution favorable ; préserver la faune et la flore et éviter que « la nature ne se transforme en un terrain de jeu entièrement banalisé, équipé [et] signalisé ».

2.5.2 Boost économique

Ce type de tourisme ambulante en a séduit plus d’un, au vu de l’engouement prononcé pour la location ou encore l’achat des VRA ces dernières années. En effet, les données du site Autoscout24 démontrent que « les recherches de bus VW et d’autres petits camping-cars ont augmenté de près de 40% depuis 2018 » (UPSA, 2021). Cet essor souligne l’intérêt pour des véhicules « plus petits, flexibles [...] et modulables à l’envi » (Imsand, 2018). En effet, « l’idée de partir en famille en toute autonomie et de faire halte dans la nature est un motif d’achat important » (UPSA, 2021). En somme, le marché des véhicules récréatifs aménagés

a le vent en poupe ; la crise du coronavirus est venue maintenir le cap puisque dans un contexte sanitaire, il s'agissait de favoriser des activités en petit comité et loin du tourisme de masse. À l'exemple d'un véhicule indépendant et compact, la distanciation sociale est davantage respectée puisque l'utilisateur est « responsable de [sa] propre protection et ne [dépend] pas des autres comme c'est le cas dans un bus⁴, un train ou un avion » (Hostettler, 2021). À cela s'ajoute le regain pour la nature synonyme d'évasion. Ainsi, les VRA étaient prédisposés à éclore. Quant à la demande, elle s'est établie du côté de la VL propulsée sur le devant de la scène grâce à aux réseaux sociaux, notamment. En lisière de forêt ou dans les montagnes, ce mode de vie réveille « la nostalgie des voyages chez un public croissant » où les jeunes sont les plus adeptes (TCS, s.d.). Cette tendance de s'imprégner de la nature et d'être libre implique de la spontanéité non seulement dans la direction à donner à l'escapade, mais aussi dans le choix des emplacements pour la nuit. Ce faisant, les parkings, cols de montagne ou encore espaces isolés en forêt font office de stationnement pour les amateurs de camping sauvage, qu'ils soient novices ou non. En effet, les adeptes étaient jusque-là principalement des utilisateurs de vans et fourgons aménagés discrets par leur taille. Or, de plus en plus de grands camping-cars s'y mettent aussi avec un comportement inapproprié en s'étalant « dans la nature comme [certains] en ont l'habitude dans leur camping habituel » (Generali Magazine, 2020).

La question est alors de comprendre si les amateurs de camping sauvage sont encouragés à protéger cette nature qui n'est autre que leur objet de consommation, comme l'a souligné Le Louarn (1988) précédemment. Allier liberté et durabilité n'est envisageable que si la pratique du camping sauvage est encadrée de manière que des zones de stationnement sont aménagées tout en gérant les flux sur le territoire. Et avec cette tendance qui gagne en intensité, il faut garder à l'esprit que le camping-cariste reste un vacancier utile à l'économie (Wuthrich, 2020).

⁴ Ici au sens du transport public

3. Les bonnes pratiques en Suisse et à l'étranger

Une première analyse sur les bonnes pratiques va permettre d'identifier les principaux enjeux relatifs à l'encadrement du camping sauvage véhiculé en Suisse, et pour lesquelles des initiatives de l'étranger viendront brièvement contraster les points évoqués. En premier lieu, il est nécessaire d'aborder la législation pour comprendre comment un terrain peut être exploité pour une mise en tourisme. Cette thématique est de manière générale régulée par mesure de sécurité et de préservation du lieu à l'égard de l'environnement. Un benchmark des différentes aires d'accueil en Suisse permet la prise de connaissance des services proposés aux campeurs issus de la tendance VL ; c'est-à-dire à la recherche de confort minimal. La gestion des déchets est le troisième point abordé pour lequel la présence d'animaux sauvages ne permet pas toujours la mise à disposition d'une zone de tri. Inévitablement se pose alors la question du rôle des acteurs dans la sensibilisation des visiteurs à adopter le bon comportement sur les sites naturels.

3.1 Législation

En **Suisse**, l'Ordonnance sur les règles de la circulation routière fixe le cadre légal pour le parcage de courte durée (OCR ; RS 741.11, art. 19) et dont le stationnement à la nuitée n'est pas soumis à la loi de la circulation routière mais relève du droit cantonal. Bien que la législation sur le camping sauvage en Suisse varie d'un canton à l'autre, elle l'interdit cependant formellement dans les zones de tranquillité, à l'exemple :

« ¹Le Parc National est une réserve naturelle dans laquelle la nature est entièrement soustraite à toute action ou influence humaine, et dans laquelle l'ensemble des animaux et des plantes est laissé entièrement à son développement naturel. »

(Bases légales du 19 décembre 1980, art.1)

D'autres zones délimitées permettent de « canaliser les utilisateurs de la nature » laissant la faune s'y réfugier en évitant les contacts avec l'homme (Zones de tranquillité, s.d.). Selon l'Ordonnance concernant les districts francs fédéraux, les campeurs doivent utiliser les places de camping officielles auxquelles seul le canton peut accorder des dérogations (ODF ; RS 922.31, art.5). Quant à la situation juridique pour l'exploitation d'un terrain de camping, celle-ci est subordonnée à l'octroi d'un permis de construire de la part du canton. Des exemples concrets des cantons d'Uri, Nidwald et Berne seront approfondis dans le chapitre 4.

Du côté de l'**Hexagone**, c'est en 1937 que la réglementation du camping a pris ses quartiers dans le département du Var (Sirost, 2002). En effet, les campeurs sauvages n'étant pas les bienvenus, ils dérangeaient à priori les bourgeois en villégiature. Ces derniers se sont tournés vers le préfet signant un arrêté rendant officiel l'interdiction de camper sur l'ensemble du département (Sirost, 2002). Cet incident démontre le rôle prépondérant de la préfecture quant à la gestion territoriale du Var, qui s'est vue modifiée à plusieurs reprises dont les dernières dispositions énoncent notamment une dénomination plus large du terme « camping » évoquant l'exploitation « de tentes, caravanes, camping-cars, résidences mobiles de loisirs et d'habitations légères de loisirs » (Arrêté préfectoral CCDSA n°21/084, Art. 1.1, p.2). En ce qui concerne les parcs nationaux, ce sont des espaces protégés, réglementés de manière législative sur l'ensemble du territoire français dont les parcs régionaux naturels font exception en légiférant chacun leur propre réglementation (Parcs nationaux, s.d.).

En **Scandinavie**, les pays comme la Finlande, la Norvège et la Suède font le paradis des campeurs, randonneurs et cueilleurs où le droit à la nature et son libre accès est inscrit dans la loi. Il s'agit d'une règle tacite et ancrée dans les mentalités et appelée « Allemansrätten » (Visit Sweden, s.d.). La philosophie « ne pas déranger les autres et ne rien détruire » permet de profiter de ce que la nature a à offrir, aux uns comme aux autres (Visit Sweden, s.d.).

Quant à l'**Islande**, en réponse à l'augmentation du nombre de touristes véhiculés, une nouvelle législation régulant les lieux de camping a vu le jour en 2015 par l'Agence de protection de l'environnement (Guide to Iceland, s.d.). Celle-ci stipule l'interdiction de camper ailleurs que sur les campings prévus à cet effet, à l'exception d'une autorisation écrite du propriétaire des terres (Guide to Iceland, s.d.). Il est également interdit de camper dans les 3 parcs nationaux islandais, ainsi que « de rouler hors-piste » (Guide to Iceland, s.d.). L'enjeu environnemental est un motif de voyage important au vu de son patrimoine naturel.

3.2 Aires d'accueil

Un constat des différents terrains d'accueil a été réalisé représentant les possibilités en Suisse. Les données proviennent de la plateforme digitale suisse Au Pays du Camping-car regroupant plus de 300 aires sur l'ensemble du pays et s'engageant pour de meilleures infrastructures d'accueil (Au pays du camping-car, s.d.). Les informations sont réparties en trois tableaux, d'après le filtre de recherche « vue sur » avec pour proposition les montagnes, l'eau ou encore la nature (Au pays du camping-car, s.d.).

Le Tableau 1 ci-dessous représente des zones de stationnement faisant office de parking au pied des remontées mécaniques, à l'exception de celle d'Unterschächen (UR) située à côté d'un centre de ski de fond et dont l'usage justifie la fermeture des emplacements en hiver. Toutes les localisations des aires d'accueil du tableau sont un point de départ pour des excursions en nature à la journée ; un bon de 20% de réduction à faire valoir sur les remontées mécaniques est proposé à Charmey ainsi qu'à Bad Ragaz. Pour ce faire et dans une optique d'accueil, un panneau informatif est disposé sur chacune des aires du tableau. On remarque que les tarifs à la nuitée sont dans une même fourchette de prix, à l'exception du parking au pied du Pizol ; une destination attractive dans la région de Heidiland. Quant aux différents moyens de paiement, il est demandé au camping-cariste d'avoir quelques sous sur lui dans des petites régions touristiques le recueil de la somme se fait au moyen d'une enveloppe sur place.

Tableau 1 : Emplacements « vue montagne »

<i>Au pied d'une montagne</i>		<i>Vounetz</i>	<i>Wiriehorn</i>	<i>Pizol</i>	<i>Brunnenberg</i>	
Parking sur béton ou gravier		Charmey (FR)	Zwischenflüh (BE)	Bad Ragaz (SG)	Luchsingen (GL)	Unterschächen (UR)
Infrastructure	Nbr. places	12	8	13	6	10
	Borne de vidange	x				
	Electricité	x			x	x
	Eau courante	x		x		x
	Déchetterie	x		x		
	WC	x	x	x	x	x
	Douches		x			x
Service	Panneau d'information	x	x	x	x	x
	Wifi	x		x		
	Bon de réduction	x		x		
CHF	1 véhicule et 2 adultes	19	20	29	15	20
	Taxe de séjour incluse	x	x		x	x
	Moyen de paiement	automate, OT	enveloppe	caisse téléphérique	twint, enveloppe	enveloppe
Disponi- bilité	À l'année	x	x		x	
	Durée max. de nuitées			2		5

Source : Données de l'auteure

Les services varient d'une aire d'accueil à une autre en fonction de l'environnement ; à l'exemple des emplacements situés à proximité d'un point d'eau qui seraient plus à même de proposer un foyer et une zone de pique-nique pour un séjour respectueux et sécurisant. Et pourtant, aménager l'espace pose des contraintes, tel qu'il sera vu plus loin dans le travail. Ensuite, les sites touristiques justifient l'augmentation des tarifs à la nuitée, comme le souligne le Tableau 2. La nécessité de réserver les emplacements n'est pas de mise partout ; c'est la règle du « premier arrivé, premier servi » qui fait foi. Une durée maximale de séjour est cependant imposée dans la majorité des cas permettant une rotation des usagers au vu de l'infrastructure limitée, restreignant l'utilisateur d'un VRA dans son autonomie. C'est au cœur de la nature que ce dernier est d'avantage livré à lui-même, également dans la manière de régler sa nuitée sur place. En effet, les outils digitaux sont plus populaires dans des lieux éloignés des habitations.

Tableau 2 : Emplacements « vue sur l'eau »

À proximité d'un point d'eau		Lac de Joux	Hallwilersee	Davosersee	Seepark Augstbord	Tamina
Terrain (zone d'herbe) avec vue		L'Abbaye (VD)	Beinwil am See (AG)	Davos (GR)	Unterbäch (VS)	Vättis (SG)
Infrastructure	Nbr. places	15	4	25	5	6
	Borne de vidange				x	
	Electricité				x	
	Eau courante		x		x	
	Déchetterie			x	x	
	WC	x	x	x	x	x
	Douches				x	
Service	Panneau d'information		x		x	x
	Foyer et z. pique-nique					x
	Réservation				x	x
CHF	1 véhicule et 2 adultes	10	10	30 à 50	30	20
	Taxe de séjour incluse	x	x	x	x	x
	Moyen de paiement	cash, twint	cash	twint, carte de crédit	park&sleep	twint, carte de crédit
Disponibilité	À l'année		x		x	
	Durée max. de nuitée(s)	3	1	3		6

Source : Données de l'auteur

Toujours d'après la plateforme Au Pays du Camping-car, le Tableau 3 ci-dessous regroupe des emplacements privés comme des fermes, des écuries ou encore des auberges avec des places de parking au nombre restreint, parfois dans un écrin de nature. L'engouement pour le camping sauvage véhiculé offre la possibilité aux propriétaires de terrain d'exploiter une parcelle jusque-là inutilisée. L'exclusivité n'est pas l'objectif premier de l'association référente – comme c'est le cas de Nomady – mais plutôt de fournir des solutions diversifiées aux camping-caristes. Il en va de même pour les services, comme les repas où il est possible de dîner à Graben et prendre le petit-déjeuner à Schönholzerswilen. Certains proposent un réseau internet, d'autres préfèrent s'abstenir de toute pollution numérique ou encore sonore, en prévision d'un séjour de quiétude.

Tableau 3 : Emplacements « vue sur la nature »

nom du lieu d'accueil		Waldruh	Hot-Cafe	Stall Liechti	Witebach	Jack's Station
Chez un privé (terrain d'exploitation)		Graben (BE)	Schönholzerswilen (TG)	Algetshausen (SG)	Hasle (LU)	Staffelbach (AG)
Infrastructure	Nbr. places	3	1	5	2	8
	Borne de vidange		x	x		
	Electricité	x	x	x	x	x
	Eau courante	x	x	x	x	x
	Déchetterie		x	x	x	
	WC	x		x	x	x
	Douches	x		x		x
Service	Repas	x	x			
	Wifi	x			x	x
	Réservation	x	x	x		x
CHF	1 véhicule et 2 adultes	17	25	30	25	30
	Taxe de séjour incluse	x	x	x	x	x
	Moyen de paiement	twint, enveloppe	enveloppe	twint, park&sleep	cash	park&sleep
Disponibilité	À l'année	x		x		
	Durée max. de nuitée(s)		3	3	3	2

Source : Données de l'auteur

Faire de l'agritourisme une étape pour camping-caristes où la convivialité se mêle à la nature est un concept qui a fait ses preuves **en France** depuis 1993 et pour lequel le *Guide France Passion* propose des étapes chez des éleveurs, fermiers, vigneron et artisans (France Passion, s.d.). Ce réseau d'accueil est le plus grand d'Europe ; il fait le trait d'union entre le monde rural et le tourisme véhiculé permettant de découvrir le pays et son terroir en séjournant sur des terrains privés (France Passion, s.d.). Ces derniers sont réservés aux véhicules aménagés 100% autonomes ; les aires d'accueil chez les particuliers ne disposant généralement pas d'une infrastructure avec des WC ce qui limite les utilisateurs de vans et fourgons sans le nécessaire à bord de profiter de l'offre chez l'habitant (France Passion, s.d.).

Le concept des zones de stationnement avec confort minimal tire son origine d'**Allemagne** où plus de 4000 aires sont réparties sur l'ensemble du pays (Stellplatz Info, s.d.). Avec un forfait de plus ou moins huit euros pour 24h, pour deux personnes avec un véhicule, les camping-caristes bénéficient d'un emplacement fonctionnant sur le principe du « premier arrivé, premier servi » avec une infrastructure adéquate minimale, telle que de l'électricité et de l'eau courante (Stellplatz Info, s.d.). Le réseau des bornes de vidange pour les eaux grises et noires est bien déployé, permettant aux camping-cars autonomes d'évacuer leurs eaux grises et noires gratuitement sur la plupart des aires de stationnement, surtout communales. En outre, le charme de l'emplacement et son infrastructure varient d'un endroit à l'autre, dépendant de son exploitant, avec inévitablement une différence dans la tarification. De plus, la plateforme digitale Stellplatz Info propose des filtres de recherche afin de cibler les besoins du camping-cariste, notamment : la fourchette de prix, la longueur du véhicule, les centres d'intérêt ou encore l'acceptation des chiens (Stellplatz Info, s.d.). Il est toutefois à relever que des places de stationnement sont proposées à l'extérieur des villes, avec une liaison en transports publics, à l'exemple du « Wohnmobilhafen in Hamburg » situé au bord de l'Elbe ou encore le « Caravanstellplatz an der Rügenbrücke » vers la mer baltique (Stellplatz Info, s.d.). Ces lieux destinés aux véhicules récréatifs aménagés disposent parfois d'une petite réception avec du wifi et un service de pain/kiosk. La différence avec les campings traditionnels réside dans le fait que les tentes n'y sont pas autorisées.

Au **Portugal**, la mythique « Estrada Nacional 2 » reliant la ville de Chaves au Nord du pays à celle de Faro en Algarve, est une voie de pèlerinage le long de l'asphalte (Autocaravane Algarve, s.d.) Pour ce faire, un passeport similaire au carnet du pèlerin a été introduit et identifie les lieux pour obtenir le tampon, tels que les offices du tourisme, cafés et hébergements le long de l'itinéraire (Rotan2, s.d.). Par hébergement, on entend par exemple l'Ecopark Motorhome situé à Sao Bras de Alportel, où il est proposé de tamponner le passeport associé à Route N2

(Autocaravane Algarve, s.d.). L'Ecopark Motorhome est une aire d'accueil expressément destinée au tourisme véhiculé par la présence de graviers et propose 60 emplacements équipés d'une connexion wifi, d'électricité, d'une borne de vidange ainsi que d'une petite infrastructure sanitaire dotée de panneaux solaires (Motorhome Ecopark, s.d.). Cette offre s'inscrit dans une démarche durable en partageant les valeurs du touriste responsable le long de la N2 véhiculant les bons comportements à adopter.

En Islande, l'appel vers la nature est un motif important pour la destination ; la célèbre route circulaire se pratique le mieux en 4x4 et attire chaque année de nombreux touristes véhiculés (Guide to Iceland, s.d.). Comme mentionné dans le sous-chapitre 2.1 Législation, il n'est pas possible de faire du camping sauvage en Islande. C'est pourquoi, une carte de camping est mise à disposition dans les stations-service et points d'information touristiques sur l'ensemble de l'île (Utilegukortid, s.d.). Elle permet l'accès à plus de 40 campings sans réservation au préalable, chaque nuitée étant déduite sur place de manière digitale (Utilegukortid, s.d.). Au prix de 167€ (Figure 2), celle-ci est valide pour 2 adultes et jusqu'à 4 enfants par véhicule, pour la période du 15 mai au 15 septembre, mais est en revanche limitée à 28 jours par année (Utilegukortid, s.d.). Quant à l'infrastructure qui varie d'un camping à l'autre ; il est néanmoins toujours proposé à minima des toilettes, de l'eau potable et de l'électricité ; un supplément peut être demandé au campeur pour l'accès aux douches chaudes, s'il devait y en avoir (Utilegukortid, s.d.). Cette offre d'hébergement est une alternative aux traditionnelles nuitées à l'hôtel, chez l'habitant B&B, ou encore dans des refuges ; le tout connu pour être plutôt onéreux en Islande.

Figure 2 : Carte de camping en Islande



Source : Utilegukortid (s.d.)

3.3 Gestion des déchets

Voyager et se passer de déchets n'est pas une mince affaire ; le mieux serait de les éviter puisque « ce qu'on ne consomme pas n'est pas nouvellement produit » (TCS, s.d.). En considérant que les milieux naturels se voient davantage fragilisés et pollués par une hausse de fréquentation des sites en nature, le comportement des utilisateurs de VRA va de pair avec la sensibilisation, l'accès à l'information et l'élimination des déchets. En Suisse, c'est en 2011 que la loi fédérale sur la protection de l'environnement stipule le principe de financement des

prestations environnementales publiques offertes au citoyen dont ce dernier doit assumer le coût de l'élimination des déchets qu'il détient (LPE du 7 octobre 1983, art.2). Plus connu sous le principe de causalité du « pollueur-payeur », les cantons – à l'exception de Genève jusque-là – ont ensuite imposé au fur et à mesure une taxe de déchets calculée en fonction de la quantité par taille de sac (LPE, art.32). Sur le terrain, la réalité est parfois différente selon les contraintes d'exploitation. À l'exemple du parking des Charrières à Charmey (FR) mettant à disposition des camping-caristes une petite infrastructure afin de trier les déchets et pour laquelle des sacs communaux taxés sont vendus à l'automate. A contrario, des emplacements en pleine forêt comme celle du Risoud (VD) ou encore le « Dunkler Stein » à Vättis (SG) sont uniquement équipés de WC mobiles. Il est prévu à la Vallée de Joux d'aménager ces espaces en termes de confort (C Paillard, Directeur de la Vallée de Joux, Communication Personnelle, 21 janvier 2022). Du côté de la destination Heidiland, il n'y a pas de coin déchetterie et pour cause : la présence du loup sur le territoire saint-gallois. Sur ce site et malgré un panneau informatif encourageant les visiteurs à s'adapter aux « règles de la maison », l'absence de poubelles résulte en l'élimination des couches pour enfants dans les WC mobiles (R. Blumer, Erlebnis Manager Heidiland, Communication Personnelle, 31 janvier 2022). Cet incident souligne les contraintes avec le milieu forestier pour faire séjourner les clients en nature, souvent négligées par les vacanciers dont on constate un « laisser-aller » dans leurs comportements.

Le recyclage et la gestion des déchets fonctionnent relativement bien **en Europe**. À l'exemple de l'écolabel environnemental la Clef Verte qui est un démarquage de tourisme durable pour les hébergements et restaurants, développé en France depuis 1998 et présent sur les 5 continents (La Clef verte, s.d.). Pour obtenir ce label, des critères majeurs doivent être respectés par l'hôte et régulièrement audités pour son renouvellement, tels que la mise en œuvre d'une politique environnementale : gestion des déchets, maîtrise des consommations d'eau et d'énergie, investissements responsables (La Clef verte, s.d.). La Clef Verte permet d'affirmer la responsabilité sociale du client en respectant le territoire dans un cadre de vie sain tout en profitant d'établissements abordables, puisque ce label – visant une large palette d'hôtes – se veut avant tout accessible (La Clef verte, s.d.). Cette démarche d'identification et d'appellation a pour but de sensibiliser sur le rôle du visiteur vis-à-vis de son environnement.

Au Portugal, un code de couleurs a été adopté pour différencier les contenants afin que les déchets triés soient ensuite recyclés, telles que le jaune pour le plastique, bleu pour le papier, vert pour le verre. L'Ecopark Motorhome décrit précédemment met également à disposition de

sa clientèle deux autres contenants de couleur brun pour le compost et noir pour les déchets restants ; ceux-ci sont prédisposés à être minoritaires (Ecopark Motorhome, s.d.).

3.4 Sensibilisation à la nature

En Suisse, aux côtés des zones de tranquillité servant de repli pour la faune, d'autres sites de protection œuvrent en vue de la protection de certaines espèces ainsi que de la conservation de leurs habitats ; Pro Natura étant la plus ancienne des organisations dans ce domaine et plaçant la nature au premier plan dans leurs actions (Zone de tranquillité, s.d.). Pour favoriser et maintenir la biodiversité en Suisse, Pro Natura collabore avec d'autres associations environnementales – telles que le WWF et Greenpeace – et « devient porte-voix dans la politique agricole, l'aménagement du territoire, la législation de la chasse » au niveau politique (Pro Natura, s.d.). À l'instar de la société dont les intérêts économiques sont un facteur important – parfois au détriment de l'environnement – les loisirs de plein air ont aussi leur lot de répercussions sur la nature (Pro Natura, s.d.). Un exemple pertinent dans ce contexte est l'augmentation des flux de véhicules récréatifs aménagés en forêt, à la recherche d'un *spot* pour la nuit ; des conflits ont émergé non seulement avec les propriétaires des lieux ou exploitants de forêts, mais aussi avec les habitants dont la présence de camping-cars est vue d'un mauvais œil, hors zone aménagée si existante. À ce propos, dix principes ont été imaginés et réunis dans le petit guide du savoir-vivre en forêt où l'espace naturel se doit d'être préservé afin de rester un lieu de détente pour tous (Freizeitwald, s.d.). L'idée étant de favoriser le silence et la lenteur, en stationnant les véhicules motorisés sur les parkings et en s'y déplaçant à pied.

À l'été 2019, dans le cadre d'une campagne internationale contre la pollution plastique, c'est **la France** qui a lancé une opération appelée « I protect nature » sur le réseau social Instagram afin de préserver la nature des impacts du tourisme (WWF, 2019). Son constat : la géolocalisation de lieux préservés met en danger la biodiversité, puisque le partage d'endroits parfois méconnus et hors des sentiers battus résulte en l'arrivée d'un tourisme de masse et son lot de conséquences sur l'environnement (WWF, 2019). Le WWF France a pris l'initiative de créer une géolocalisation fictive avec pour enjeu la sensibilisation des internautes à respecter les lieux préservés (WWF, 2019). Pour ce faire, les endroits visités ne sont plus géolocalisés sur la carte, mais regroupés, sans pour autant être dévoilés sur leur situation géographique. Dès lors, il devient plus difficile de repérer des lieux hors des sentiers battus via le réseau social.

4. Offres sur le marché suisse pour un tourisme durable

Ce chapitre traite les initiatives ayant vu le jour ces dernières années, à la suite de la crise sanitaire qui a accéléré le phénomène du camping sauvage véhiculé en Suisse de façon alarmante. Pour ce faire, il sera question de déclinaisons d’offres autour du produit touristique qui, rappelons-le, est un composé de ressources naturelles et culturelles, d’installations et de services autour d’un centre d’intérêt spécifique (OMT, s.d.). Ce dernier se rapporte à la pratique du camping sauvage véhiculé sur le territoire helvète et pour laquelle les activités de loisirs, les sites naturels et l’expérience de la nuitée sont des éléments allant être considérés. En premier lieu, une matrice positionnant la Suisse comme destination VL a été entreprise, au moyen de données interprétées par l’auteure (Figure 3), présentant les forces, faiblesses, opportunités et menaces quant à la pratique du camping sauvage véhiculé sur le territoire helvète.

Figure 3 : SWOT analyse de la Suisse comme destination « Van Life »

<p>Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> • destination de sports et de loisirs • richesse culturelle • attractions touristiques • tendance outdoor • nature est un motif de voyage • familles bienvenues 	<p>Faiblesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • franc fort • densité territoriale - espace réduit • période d'affluence : avril à octobre
<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • expérience dans la nuitée • agrotourisme - chez l'habitant • tourisme de niche • baisse de l'euro 	<p>Menaces</p> <ul style="list-style-type: none"> • législation - permis d'exploitation de terrain • météo

Source : Données de l'auteure

La Suisse détient de nombreuses **forces** dans le secteur du tourisme au vu de la variété des paysages comme les Alpes, lacs, rivières, montagnes, forêts ou encore les parcs naturels – ces derniers lui confèrent un atout majeur pour le tourisme de loisirs, en plus du fait que la nature est un motif de voyage répandu quant à la visite d’excursionnistes, de touristes indigènes et étrangers. Les séjours y sont attractifs pour une clientèle intéressée par la richesse culturelle grâce différentes entités cantonales. D’autre part, les familles sont également un segment intéressant pour lesquelles un label de qualité « Family Destination » certifie des lieux en Suisse avec aires de jeux, activités et sentiers thématiques, le tout dans une nature préservée (Myswitzerland, s.d.).

En ce qui concerne les **faiblesses**, le franc fort peut s'avérer être un facteur décisionnel quant à la venue des touristes étrangers et véhiculés des pays limitrophes se départageant les Alpes. La densité territoriale est restreinte en Suisse, ce qui signifie que l'espace est précieux, surtout en montagne en raison de la pente (Boulogne, 2005). Cet aspect péjore la pratique, en plus du fait qu'occuper sauvagement un terrain est une zone grise – et qu'à la suite de cela, le *spot* exclusif en pleine nature a inspiré le fondateur de la plateforme Nomady. Enfin, le tourisme en plein air se pratique majoritairement entre avril et octobre affectant le revenu des prestataires à la saison basse, à l'exception des zones de stationnement au pied des remontées mécaniques profitant aux adeptes des sports d'hiver, bien que dans une moindre mesure.

Quant aux **opportunités**, miser sur une clientèle de niche dans l'expérience à la nuitée est non-négligeable, puisque le besoin de changer d'air est de plus en plus courant. D'un canton à l'autre, le touriste suisse se voit vite dépaysé, que ce soit par les attractions touristiques naturelles ou le dialecte parlé. La recherche d'exclusivité dans un cadre naturel intacte donne l'opportunité aux hôtes de mettre à disposition des utilisateurs de VRA des sites inutilisés et d'entrer dans une communauté ; l'expérience chez l'habitant promeut ainsi un tourisme durable et local (Nomady, s.d.). Enfin, la baisse de l'euro favorise la venue de touristes étrangers souhaitant s'imprégner d'un des pays où la qualité de vie y est élevée. Ce faisant, le camping sauvage est une alternative, puisque les zones de stationnement au confort minimal impactent – dans ce sens, positivement – le prix de la nuitée. Autrement dit, les tarifs pratiqués sur des aires d'accueil relatives au camping sauvage sont financièrement très intéressantes.

Pour terminer, la législation péjore l'encadrement de la pratique puisque des procédures d'autorisation cantonale dans la construction ou l'aménagement du territoire requièrent de nombreuses démarches et ne portent pas toujours leurs fruits. Cet aspect **menace** le développement d'offres en hébergement et donc la croissance touristique pour une destination. Un dernier aspect défavorable pour le camping en plein air est la météo, affectant le taux de fréquentation des sites naturels et aires d'accueil relatives, et donc inévitablement les nuitées.

4.1 Association Van Life Explorer Schweiz

La VL est bien plus qu'une tendance, c'est un art de vivre que défend l'association Van Life Explorer Schweiz en proposant à ses membres des sorties sur des aires d'accueil officielles, le but étant de faire découvrir le pays en respectant la nature, d'échanger des informations et de partager des expériences de voyage autour d'un feu de camp (Van Life Explorer Schweiz, s.d.). La sensibilisation au tourisme durable se fait au travers des événements associatifs uniques afin

de trouver des solutions communes (Van Life Explorer Schweiz, s.d.). Pour ce faire, des rencontres sont organisées à petite échelle – appelées « Van Camp » – et comprenant 5 à 20 véhicules ; les membres participent gratuitement alors que ceux qui ne le sont pas encore paient le prix de l’emplacement (Van Life Explorer Schweiz, s.d.). Un évènement auquel tout le monde peut prendre part est un « Meet & Sleep » prévu une fois par année ; ce dernier est payant et propose des ateliers et conférences sur la thématique de la VL pour lesquelles les membres de la communauté bénéficient d’une réduction sur l’évènement (Van Life Explorer Schweiz, s.d.). Finalement, la devise « leave no trace » est de mise afin de préserver les sites naturels ; l’association propose de manière régulière des actions de ramassage de déchets afin de nettoyer les endroits pollués (Van Life Explorer Schweiz, s.d.). La démarche entreprise souligne les enjeux du tourisme véhiculé en nature et comment la préserver afin d’en pérenniser la pratique.

4.2 Label « Camping-car bienvenue »

Cette démarche a été initiée par la plateforme Au Pays du Camping-car durant le premier confinement à la suite du COVID-19 sur le territoire suisse au printemps 2020. Les établissements de restauration étant fermés aux clients pour un repas à l’intérieur et en terrasse, seule la vente à l’emporter était possible – à noter que les établissements hôteliers étaient eux autorisés à recevoir des invités (« Concept du Camping-car Gourmand autorisé », 2021). C’est alors qu’a germé l’idée du camping-car gourmand : des camping-caristes stationnent sur le parking du restaurant et savourant le menu à l’emporter à l’intérieur du véhicule tout en passant la nuit sur place (« Concept du Camping-car Gourmand autorisé », 2021). Les mentions légales, en collaboration avec l’Office Fédérale de la Santé Publique, précisent le concept comme suit :

1. Le repas ne peut être servi à l’intérieur du véhicule, uniquement jusqu’à la porte
2. Les clients doivent disposer de leur propre véhicule
3. Les camping-caristes sont autorisés à passer la nuit sur le parking du restaurant

(Source : « Concept du Camping-car Gourmand autorisé », 2021)

Cette initiative – plus connue sous la forme du Dine&Sleep en Allemagne – a permis de soutenir les restaurateurs suisses durant la première vague de la pandémie (« Label Camping-car bienvenue », s.d.). Très appréciée par les parties prenantes, l’association souhaite réitérer

l'expérience en proposant désormais un label « Camping-car bienvenue » aux auberges et restaurants faisant partie de l'offre en Suisse (« Label Camping-car bienvenue », s.d.). Parmi les conditions d'obtention y figurent des critères obligatoires comme a minima deux places de stationnement pour camping-cars, la possibilité offerte aux clients de rester dormir sur le parking après le dîner, et le devoir de figurer sur la plateforme, autrement dit d'être membre (« Label Camping-car bienvenue », s.d.). Le restaurateur est libre des conditions qu'il souhaite fixer. Cependant, il est recommandé :

- ✚ Offrir la nuitée à partir d'une consommation de CHF 80 (excepté taxes⁵)
- ✚ Proposer le petit-déjeuner aux camping-caristes ayant passé la nuit sur place
- ✚ Equiper le parking de confort : accès à l'électricité, ravitaillement en eau, borne vidange
- ✚ Adapter l'offre selon la période, ex : samedi soir ou haute saison

(Source : « Label Camping-car bienvenue », s.d.)

À ce stade, il est intéressant de comparer deux offres en Suisse proposant ce concept ; les deux sont référencées sur la plateforme, la seconde étant une plus récente. La première est le restaurant « Landgasthof Hasenstrick » situé à Dürnten, dans le canton de Zürich. Comme le souligne la Figure 4, les services proposés suivent les recommandations de l'association référente : le camping-cariste peut y passer la nuitée gratuitement et déguster le petit-déjeuner le lendemain pour la modique somme de CHF 20 par personne. La mise à disposition d'électricité et d'eau potable est une prestation en supplément. Quant aux jours d'ouverture, il est précisé que le repas est possible dès 18 heures du mercredi au samedi. À noter toutefois que le client doit s'adapter à la culture suisse-allemande qui dîne tôt et qu'une arrivée tardive ne serait pas la bienvenue ; il lui est recommandé d'arriver dans la journée afin de profiter des alentours.

Figure 4 : Offre camping-car gourmand à Dürnten, ZH

Moyenne des évaluations



Wohnmobil-Gäste können sich im Hasenstrick kulinarisch verwöhnen lassen und währenddessen eine fantastische Aussicht geniessen. Das Auge isst ja bekanntlich mit ;-) Reisen Sie gerne früher an und wandern Sie bspw. auf den Bachtel oder erleben Sie einen schönen Sonnenuntergang mit Blick auf den Züri-See.

- Mittwoch bis Samstag ab 18:00 Uhr
- A la Carte Bestellung
- Kostenlose Übernachtung möglich (24 Stunden zugängliche WCs vorhanden)
- Auf Wunsch das Hasenstrick-Frühstück am nächsten Morgen geniessen (CHF 20.00 p. P)
- Strom gibt es ebenfalls (CHF 5.00 pro Nacht) und Frischwasser (auf Anfrage)
- Grosser Spielplatz für unsere kleinen Gäste
- Hunde sind willkommen :-)

Source : Au Pays du Camping-car (s.d.)

⁵ Comme la taxe de séjour ou la mise à disposition de l'équipement en supplément

Le second exemple est l'hôtel-restaurant « Simmenfälle » dans le canton de Berne. Une offre différente due au nombre de véhicules est proposée – bien qu'elle s'adresse exclusivement aux camping-cars – le post-scriptum de la figure 5 le confirme en mentionnant le camping « Hasenweide » à proximité (Simmenfaelle, s.d.). Un menu à trois plats qui varie au gré des saisons est servi à bord du véhicule et coûte entre CHF 38-45 par personne, la nuitée est ensuite au forfait de CHF 20 par véhicule, taxe de séjour incluse. Les services comme l'électricité, des toilettes/douches sont au prix de CHF 5 par véhicule. Un sauna chauffé au feu de bois est à disposition pour CHF 10 par personne, gratuit jusqu'à 15 ans pour les clients en quête de détente. Les camping-caristes étant les bienvenus, une réservation est cependant nécessaire en

Figure 5 : Offre "Wohnmobil-Dinner" Simmenfälle, BE

Juppieee Neu ab sofort:
Wohnmobil-Dinner auf 5 Stellplätzen im Digital Detox Hotel Restaurant Simmenfälle

- ☛ Preis Womo 3-Gang Dinner: Fr. 38.- bis Fr. 45.- inkl. MwSt., je nach Tag und saisonalem Angebot.
- ☛ Preis Stellplatz: Pauschal Fr. 20.- pro Womo/Nacht inkl. Kurtaxen und MwSt.

➔ Reservationsbestätigung bei Anreise erforderlich, bitte per Mail schon bei Reservationsen anfordern. Danke.

Zusätzlich falls gewünscht:

- ⚡ Strom Fr. 5.- pro Womo/Nacht
Sommer Preis für Strom Fr. 2.- pro Womo/Nacht gültig ab 1.4.2021 - 31.10.2021
- 🚽 WC inkl. Dusche Fr. 5.- pro Womo/Nacht.
- ♨️ Sauna pro Erwachsenen Fr. 10.- (Kinder bis 15J. gratis)

Alle Preise inkl. MwSt.

Mit romantischer Holzfeuer-Sauna nun auch für auswärtige Personen zum mieten. Anfragen für Reservationsen Hotel, Womodinner oder Stellplatz auf info@simmenfaelle.ch oder 033 733 10 89.

Wir bitten auch alle geschätzten Womo-Gäste Ihre Wlans auszuschalten und unsere Hausregeln zu beachten. (Hier zu finden, danke.)

P.S. Stellplätze ausschliesslich für Wohnmobile, aber keine Angst der wunderschöne Camping Hasenweide, gleich nebenan auf der Nachbarwiese, ist ein idealer Standort für weitere Wohnwagen und Womos. <https://www.camping-hasenweide.ch>

HERZLICH Willkommen 😊

Source : Simmenfälle (s.d.)

précisant la volonté du « Wohnmo-Dinner » ; autrement dit, il est possible de stationner devant le restaurant sans nécessairement y manger. La « Digital-Detox » est la particularité à laquelle les clients doivent s'adapter – surtout les touristes étrangers ; le wifi n'y est par exemple pas proposé : « talk to each other, pretend it is 1995 » (Simmenfaelle, s.d.).

Deux déclinaisons autour du même produit sont comparées par ces offres. La première précise que les places doivent être suffisamment grandes pour accueillir des camping-cars, mais ne mentionne pas si d'autres modèles de VRA sont les bienvenus, alors que le second exemple détaille explicitement le véhicule cible, en plus de la photo. Dans les deux cas, une infrastructure est à disposition des campeurs, comme des WC pour ceux qui ne sont pas autarciques. Ce constat souligne une problématique nouvelle avec l'arrivée des différents modèles sur le marché : qu'entend-on exactement par « Womo-Gäste » ? La confusion est d'autant plus présente avec la désignation du *camping-cariste* comme un touriste utilisant un VRA (Dodier, 2018). Cette interrogation offre des pistes de recherche quant à la désignation de l'offre et comment l'illustrer pour mieux la préciser.

4.3 Nomady pour du camping en pleine nature

Trouver un écrin de nature intact où il est autorisé d'y passer la nuit n'est pas une mince affaire, encore moins en Suisse où tout est réglementé. C'est pourquoi, Nomady met en relation les amoureux de la nature avec des endroits privés pour une expérience proche de la nature (Nomady, s.d.). Parmi ces hôtes, on y trouve des particuliers et des agriculteurs mettant un terrain à disposition des campeurs ; en lisière de forêt ou dans une prairie, le lieu doit être adapté aux tentes comme aux vans, camping-cars et caravanes et offrir des possibilités récréatives (Nomady, s.d.). L'objectif étant également de réunir des hébergements particuliers, ce qui signifie que des cabanes, tipis, tonneaux et yourtes sont également proposées sur la plateforme. Celle-ci fait la distinction entre le camping et le logement en proposant des lieux insolites pour une expérience singulière (Nomady, s.d.). Ce mouvement promeut un tourisme proche de la nature en étant socialement et écologiquement responsable. Il permet également aux hôtes de faire connaître leurs produits régionaux (Nomady, s.d.). Une charte a été établie pour les parties prenantes soulignant le comportement à adopter en tant qu'amis de la nature (Nomady, s.d.).

- ✓ « Say Hi » - le respect mutuel commence par des salutations chaleureuses
- ✓ « Nature first, technology later » - les lieux de retraite sont importants, profitons-en !
- ✓ « Leave no trace » - emporter les déchets et souvenirs, seules les empreintes restent
- ✓ « Enjoy » - profiter de l'instant présent et des rencontres

(Source : Nomady, s.d.)

Les gens ont besoin de sortir du quotidien ; de prendre la route et de savourer la nature et l'authenticité. Le concept Nomady valorise l'agritourisme pour lequel la Suisse représente un véritable paradis dans un cadre rural préservé. C'est un retour aux sources, tant pour les campeurs que pour les hôtes avec lesquels un lien se crée. Et cela, grâce aux progrès technologiques dont la plateforme a su tirer profit pour en faire une sorte de Airbnb du camping-car où la liberté mêlée à l'exclusivité a son prix.

La législation relative à l'activité agrotouristique stipule qu'une offre d'hébergement type camping est possible dans le cadre d'une activité secondaire non-agricole (Canton Uri, 2020). Pour ce faire, les emplacements doivent être situés à proximité du domaine (par ex. une ferme) et sur la surface territoriale ; l'activité doit en plus de cela être mentionnée au registre foncier en tant qu'entreprise accessoire non-agricole, conformément à l'article 24.b de la loi sur l'aménagement du territoire (LAT ; RS 700).

4.4 Etude de cas relatifs à l'exploitation territoriale

L'offre en Suisse à l'égard de l'encadrement de la pratique du camping sauvage véhiculé est influencée par la situation juridique relative à l'exploitation territoriale ; la plateforme Au Pays du Camping-car guide les gestionnaires dans cette démarche (s.d.). Dans le cas où des places de stationnement seraient à l'étude hors des zones à bâtir, l'obtention d'une autorisation cantonale en matière d'aménagement du territoire fait défaut, sauf si elles sont liées à une offre agrotouristique (Canton Nidwald, 2021) – ce qui signifie « avec magasin à la ferme », pour exemplifier la législation du canton de Nidwald et le Tableau 4 ci-dessous.

Tableau 4 : Guide pour la mise en place d'une aire d'accueil en Suisse

<i>D'après le site Au Pays du Camping-car</i>	Activité commerciale sur des places de stationnement	
	<i>Type d'emplacement</i>	<i>Procédure requise</i>
Zone de loisirs, d'utilisation publique ou zone à bâtir	Parking existant	permis de construire conforme à la zone, délivré par la commune
	Restaurant/Auberge (Dine&Sleep)	parking privatif sans autorisation communale
Zone agricole sans magasin à la ferme	Emplacement existant à côté du bâtiment	autorisation cantonale
	Construction d'un espace supplémentaire*	autorisation cantonale : obtention est rare
Zone agricole avec magasin à la ferme	Emplacement existant à côté du bâtiment	autorisation cantonale
	Construction d'un espace supplémentaire*	autorisation cantonale : obtention est fréquente
	*hors zone à bâtir	

Source : Données de l'auteur

4.4.1 L'exemple des cantons d'Uri et Berne

Ce point est complété par le cas pratique qu'est la feuille de route « Conditions et procédure d'autorisation » conçue par l'Office du développement territorial du canton d'Uri à l'attention des prestataires touristiques. Dans leur procédure d'autorisation, les critères ci-dessous sont pris en considération – voir le tableau complet sur la page suivante (Tableau 5) :

- ✓ Taille des aires d'accueil en fonction du nombre de véhicules : nombre maximal à fixer
- ✓ Forme d'exploitation : emplacements temporaires allant de 3 à 6 mois
- ✓ Durée du séjour : distinction entre court séjour (< 5 nuits) et installation fixe⁶
- ✓ Zone à bâtir : installations fixes ou temporaires (réquisition min. permis de construire)

(Canton Uri, 2020, p.3)

⁶ Les locataires permanents sont soumis à la loi sur les résidences secondaires (LRS ; RS 702) – les camping-cars sont considérés comme des véhicules et non comme des bien meublés (Canton Uri, 2020)

Tableau 5 : Procédure cantonale relative à l'exploitation territoriale du canton d'Uri

Description de l'emplacement	Parking existant	Exploitation agricole	Surface existante à l'intérieur d'une zone à bâtir	Terrain de camping
Infrastructure conseillée	installation sanitaire et déchetterie (avec permis de construire pour utilisation récurrente, si > 2 places)	sanitaires existants, déchetterie, accès et desserte appropriés	installation sanitaire et zone de déchetterie	borne de vidange, sanitaires, réception, possibilité d'achats
Taille	dépendant de la taille du parking (nbr. de places)	max. 5 emplacements (max. 150 m ²)	selon les circonstances	selon les circonstances
Forme d'exploitation : 3 mois sans permis de construire	saisonniers ou à l'année	à l'année	à l'année	saisonniers
Durée de séjour	arrêt de courte durée, vacanciers	arrêt de courte durée, vacanciers	arrêt de courte durée, vacanciers, utilisateurs permanents	arrêt de courte durée, vacanciers ≠ utilisateurs permanents
Construction et Installation	pas de modification de terrain	pas de modification de terrain, possibilité consolider le sol	conforme à la zone, construction temporaire possible	possible selon les dispositions du règlement de construction
Si hors zone à bâtir	accord de l'Office cantonal du développement territorial	permis de construire et accord de l'Office cantonal du développement territorial	permis de construire et accord de l'Office cantonal du développement territorial	permis de construire et accord de l'Office cantonal du développement territorial

Source : Données de l'auteur

Il a été judicieux de la part d'Uri Tourisme en collaboration avec le canton concerné de proposer une feuille de route afin de faciliter les démarches aux prestataires, dans le cas où la mise à disposition d'emplacements est souhaitée. Cette perspective a également été envisagée dans les parcs naturels du Gantrisch et Diemtigtal, deux entités situées dans le canton de Berne inévitablement confrontées aux mêmes problématiques que sont le camping sauvage véhiculé et la situation légale qui en découle, et relative à la mise en œuvre d'une offre. En effet, puisque « les conditions cadres [des autorités cantonales] en matière de construction et d'aménagement du territoire ne permettent pas la création d'emplacements temporaires », des demandes écrites de régions touristiques ont été adressées au Conseil d'Etat (Zahnd, 2022). À la suite de quoi s'en est suivie une délégation aux autorités communales de tolérer des solutions pragmatiques (Zahnd, 2022). Sans surprise, ces dernières sont controversées ; certaines communes ont créé des emplacements « par nécessité », comme c'est le cas dans le parc naturel Diemtigtal, dont le directeur souligne néanmoins que le moment venu d'une autorisation officielle dictée par le canton, « ils seront moins à l'obtenir, que ce qui est aujourd'hui à disposition » (N. Schmid, Geschäftsführer Diemtigtal, Communication Personnelle, 2 février 2022). Quant au parc naturel Gantrisch, les communes qui possèdent de nombreuses constructions hors des zones à bâtir, voire d'autres processus de permis de construire ne prennent pas le risque de créer des emplacements temporaires soi-disant officiels, alors qu'à l'inverse, la marge de manœuvre est plus grande (Zahnd, 2022). Cette situation contrastée – voire inégale au sein d'un territoire uniforme représenté par le canton de Berne – restreint considérablement l'offre à l'égard des camping-caristes dans des destinations où la nature est un motif de visite important.

4.4.2 La taxe forfaitaire de la Biosphère Val Müstair

La régulation du camping sauvage véhiculé sur le territoire Val Müstair aux Grisons est également une problématique à laquelle les prestataires ne peuvent pas répondre entièrement. En effet, la pratique est interdite sur le territoire communal ; une amende de CHF 100 est délivrée à ceux qui s’y essaient (Oertli, 2022). Encadrer de manière proactive plutôt que d’interdire a été envisagé ; le cadre légal reprenant les critères du sous-chapitre précédent stipule à ce propos les faits suivants :

- Max. 3 emplacements (max. 150m²) sur une exploitation agricole
- Activité secondaire ≠ source principale de revenus
- Pas de modification de terrain, ni mesure de construction – caractère agricole maintenu
- Période de mai à octobre, uniquement pour les vacanciers ≠ utilisateurs permanents
- Accès aux installations sanitaires (WC et lavabos)
- Annonce à la commune – décompte de la taxe touristique

(Oertli, 2022, slide 5)

La difficulté dans l’encadrement de la pratique dans la Biosphère Val Müstair, c’est que le propriétaire de terrain est contraint de payer une taxe touristique forfaitaire répartie en deux catégories – résultant en un double paiement pour les agriculteurs souhaitant proposer des emplacements (Oertli, 2022). Par exemple, une écurie paie environ CHF 400 de frais de base auxquels s’ajoute CHF 80 par emplacement proposé ; l’exploitant les compense avec une offre de CHF 35/nuit pour 25 véhicules en moyenne (A. Oertli, Leiterin Angebotsentwicklung im Naturpark der Biosfär Val Müstair, Communication Personnelle, 2 février 2022). Ce sont donc beaucoup d’efforts pour peu de rendement, puisque sept exploitants sur huit ont décidé d’arrêter, restreignant l’offre en termes d’aires d’accueil pour la région. La contrainte principale est le forfait touristique imposé par la législation « puisque le cas particulier d’un emplacement sur une exploitation agricole n’a pas été pris en compte dans le système. » (A. Oertli, CP, 2 février 2022) Les perspectives pour la commune se concentrent sur les campings existants, à savoir s’ils peuvent être dotés temporairement de terrains supplémentaires afin de les aménager avec une petite infrastructure et les proposer aux camping-caristes de passage (Oertli, 2022).

4.5 Pop-up éphémère

L'organe touristique Uri Tourisme est porteur d'un projet-pilote qui a vu le jour à l'été 2020 au cœur de la destination. En effet, mandatée par la direction de l'économie publique du canton d'Uri, elle a eu pour mission de développer des offres pour les prestataires touristiques sévèrement touchés par la crise sanitaire, à la suite de la première vague (Deplazes, 2020). C'est donc un concept relatif aux camping-caristes de passage qui a été mis sur pied : accueillir les hôtes de VRA sur des emplacements temporaires existants ou nouveaux afin d'augmenter la valeur touristique régionale et l'attractivité des sites, le tout chapeauté par la mission de faire du canton de transit une destination de séjour (Deplazes, 2020). La création de valeur ajoutée a été mesurée – les effets sont perceptibles sur les entités locales – et atteinte, notamment par l'offre d'emplacements temporaires avec une installation sanitaire, un coin déchetterie et des panneaux d'information touristiques (Deplazes, 2020).

Aménagées de manière simple pour CHF 10 à 25 la nuitée – taxes de séjours incluses, ces aires d'accueil ont été pensées pour un court séjour (1 à 3 nuits) et sur lesquelles les campeurs s'y rendent spontanément, après les avoir dénichées sur les plateformes digitales correspondantes ; ce ne sont pas moins de 12 endroits différents répartis sur tout le canton (Deplazes, 2020). L'expérience a montré que des emplacements à fort attrait paysager, comme le cadre alpin de la Figure 6, ont connu une haute fréquentation avec des retombées positives sur l'économie locale, telles que les restaurants et épiceries de village (Deplazes, 2020). Le comportement des voyageurs est néanmoins influencé par la demande, elle-même dépendante des conditions météorologiques.

Figure 6 : Emplacement TempCamp avec bus VW



Source : Deplazes (2020)

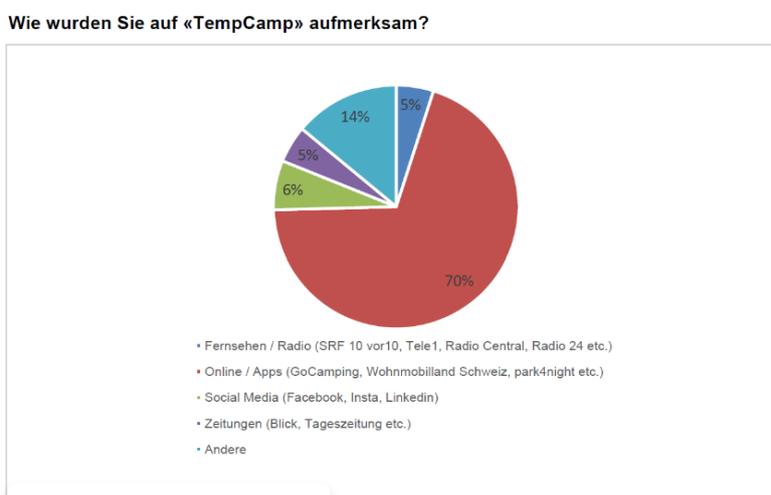
Une enquête a été effectuée à l'issue de ce projet-pilote et pour lequel les visiteurs soulignent en premier lieu que « le besoin en emplacements a enfin été reconnu » ce qui explique les nombreux retours positifs (Deplazes, 2020, p.8). Parmi les 125 évaluations récoltées, 50% de répondants venaient de Suisse centrale ainsi que de l'Espace Mittelland, alors que les étrangers ne représentaient que 16% du tourisme *Incoming* ; ces derniers étant en majorité des Allemands suivis de très près des Hollandais (Deplazes, 2020). La durée moyenne

des séjours était d'une nuit – représentée par 2/3 des participants, le reste allant jusqu'à 5 nuitées au même endroit (Deplazes, 2020). En ce qui concerne le motif de la visite, 34% des touristes sont venus expressément pour l'offre TempCamp, 22% étant une clientèle de passage dite « transit » alors que 15% étaient par hasard dans le canton et ont pu profiter des aires d'accueil (Deplazes, 2020). Parmi les 29% restants, certains étaient là pour un autre motif – comme la visite d'un proche – alors que pour d'autres, leur séjour était planifié depuis longtemps (Deplazes, 2020).

Une des dernières requêtes était de savoir si les visiteurs découvraient pour la première fois les multiples facettes d'Uri ; une question à laquelle 61% d'entre eux l'ont affirmé, signifiant que les 39% autres étaient déjà venus – et 96% le planifient dans une perspective temporelle de 2 à 3 années (Deplazes, 2020). Proportionnellement, ces résultats soulignent qu'un tiers des nouveaux visiteurs deviennent une clientèle régulière. Le camping était sans aucun doute un incontournable à l'été 2020, confirmant le potentiel d'Uri comme destination proche de la nature, ce qui renforce par la même occasion le positionnement stratégique de la DMO pour les années à venir.

Quant à la communication autour du « TempCamp Outdoor Sommer in Uri », la couverture médiatique a largement contribué à la réussite du projet, puisque ce ne sont pas moins de 27 articles et reportages au travers desquels la promotion a été faite (Deplazes, 2020). Les campings existants y ont été intégrés, afin qu'ils puissent en bénéficier – les publics cibles durant la première vague de la crise sanitaire n'étaient pas suffisamment distinctifs. Complémentaires, les offres ont été annoncées via différents canaux numériques, tels que Park4night et Go.camping entre autres, ou encore sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) afin de porter l'information à la connaissance du campeur (Deplazes, 2020). Les intéressés étaient ensuite redirigés vers la page officielle où toutes les informations y sont regroupées. À ce propos et dans l'enquête de satisfaction, il a été demandé aux visiteurs par quel moyen ils ont appris l'existence du projet ; la grande majorité (70%) relève les plateformes digitales, comme l'illustre la Figure 7.

Figure 7 : Canaux de communication du concept TempCamp



Source : Deplazes (2020)

4.6 Plateformes digitales

Au vu du public cible communément reconnu comme étant des *Van Lifers*, une brève comparaison des plateformes digitales avec une offre en adéquation a été entreprise (Tableau 6). Certaines prestations étudiées dans ce travail sont référencées sur le site national Au Pays du Camping-car, ont été ajoutées par des utilisateurs de VRA sur l'application Park4night ou apparaissent en premier lieu sur Go.camping à l'initiative de la DMO Heidiland. L'outil digital Parkn'Sleep est une innovation suisse qui « met en relation les [campeurs], les hôtes et les communautés locales sur un pied d'égalité » (s.d.). La commune perçoit la taxe de séjour et a le contrôle sur les véhicules stationnés, le tout via l'application qui gère les flux sur les emplacements (Parknsleep, s.d.). En considérant « la gestion de l'affluence touristiques [comme] un enjeu majeur » sur les sites naturels, cela rejoint le principe de la jauge et permet de réguler la venue des visiteurs sur les aires d'accueil (Tourobs, 2022).

Tableau 6 : Comparaison des plateformes digitales

	<i>Park & Sleep</i>	<i>Park 4 night</i>	<i>Go.camping</i>	<i>Au Pays du Camping-car</i>
<i>Logo</i>				
<i>Proposition de valeur</i>	Nous rendons la liberté au campeur et créons une valeur ajoutée dans les régions touristiques	Partage de coins sympas pour se reposer en camping-car, vans et fourgons aménagés	Tes vacances en camping réservées rapidement et facilement	De camping-cariste à camping-cariste : nous nous engageons pour de meilleures infrastructures d'accueil en Suisse
<i>Particularités</i>	Premier système de paiement en ligne, avec gestion des flux	La plateforme pour les bons plans, haut niveau de confiance en raison de l'évaluation	Référencement utilisé par des DMO en Suisse-allemande	Leur vision : une aire d'accueil par commune, référencement national
<i>Points forts</i>	Se rendre sur des emplacements sans réservation et s'enregistrer numériquement sur place	Certains lieux sont accessibles uniquement aux membres de la communauté (\$)	Voir, comparer et réserver tous les campings de manière simple et facile (large offre : emplacements et campings traditionnels)	Aires d'accueil officielles, filtre de recherche d'après point d'intérêt
<i>Popularité (nbr. emplacements)</i>	733 emplacements	Plus de 200'00 lieux référencés (218'120 au 01.04.2022)	400 emplacements en Suisse	342 aires en Suisse
<i>Couverture (volume)</i>	5 pays, 85 lieux, 23 régions touristiques	Leader sur le marché européen et présent dans le monde entier	Allemagne, Autriche et Suisse (20 cantons)	Suisse
<i>Marchés</i>	Site internet disponible en EN, FR, IT, ALL	Application disponible en 6 langues (FR, EN, DE, ES, IT, NL)	Allemand	Site internet en allemand et traduit en français
<i>Nombre d'utilisateurs</i>	3530 campeurs actifs	2,5 millions dont 730'000 en France	Information non répertoriée	2554 membres et 2346 commentaires laissés après passage sur les aires
<i>Partenaires principaux</i>	Destination marketing organisation, communes, TCS	Associations et clubs de camping-car, vente et location, forums	Heidiland, Uri, St.Gallen Bodensee, ACS (Club Automobile Suisse)	Communes, autorités publiques, Swiss Caravan Salon
<i>Financement - coûts</i>	15% sur le prix de la nuitée définie par l'hôte	Application mobile collaborative	Pas de commission, ni frais de service	Service gratuit, avantages donnés aux membres

Source : Données de l'auteure

4.7 Campagne de sensibilisation du Club Alpin Suisse

Le Club Alpin Suisse est concerné par la problématique du camping sauvage véhiculé qu'il rapproche au bivouac car « non seulement dormir sous tente est de plus en plus populaire, mais aussi passer la nuit dans un van » ; les conflits d'intérêt entre les hôtes (campeurs, faune et flore, propriétaires de terrain) dans leur rapport à l'environnement sont grandissants (CAS, 2021). Il est intéressant de se pencher sur les différences entre les sports de montagne pour comprendre quelle activité est pratiquée par quel type de public, pour lequel le degré de sensibilisation à l'environnement, appelé *le potentiel de conflit*, varie (Künzle, 2022) :

- ✚ Bivouaquer au-dessus de la limite de la forêt : dormir à la belle étoile
Amateurs de montagne, photographes, observateurs de la nature – faible
- ✚ Camping sauvage au-dessus de la limite de la forêt : dormir sous tente
Randonneurs, grimpeurs, alpinistes – faible
- ✚ Camping sauvage motorisé : avec ou sans tente de toit
Adeptes de la nature, personnes à la recherche de liberté, fêtards – moyen/élevé

Bien que le Tableau 7 ci-dessous détaille les formes de camping sauvage motorisé, il est indispensable de noter que ce n'est pas une déclaration consolidée du CAS, mais une possible classification servant de support de discussion (Künzle, 2022). De plus, le degré de sensibilisation de ce segment est relatif – renforcé par le terme « plutôt » – puisqu'il s'agit d'un public composé d'adeptes, mais aussi de novices depuis la pandémie du COVID-19.

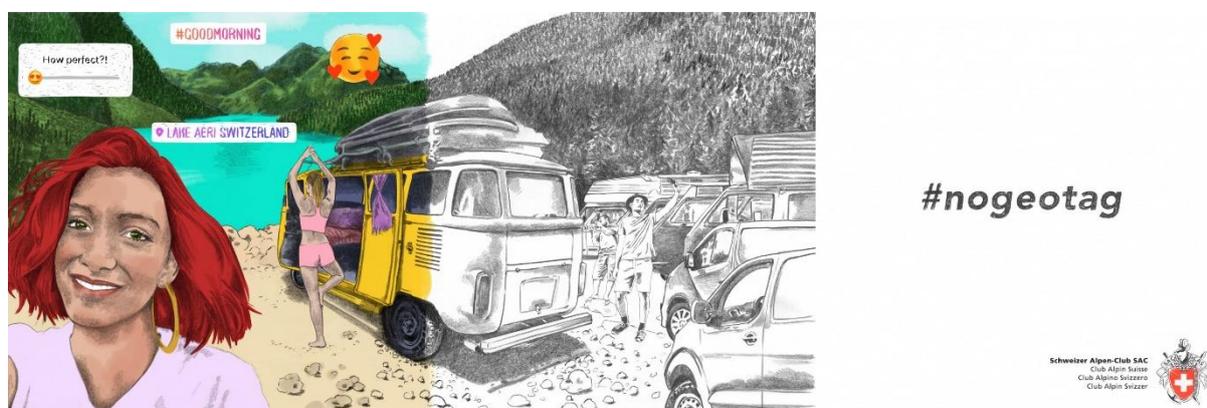
Tableau 7 : Formes de camping sauvage motorisé imaginées par le CAS

Type de camping	Qui?	Lieu / durée	Sensibilisation à l'environnement	Potentiel de conflit
Van, minibus ou voiture avec tente de toit comme élément central	Adeptes de sports de montagne (randonnée, alpinisme, escalade et randonnée à ski)	Proche du lieu de l'activité sportive (évitée des allers-retours), une ou plusieurs nuits	Plutôt bonne	Moyen-élevé: places de parking, dommages aux terrains, non-respect des interdictions de circuler et de stationner
Van, minibus ou voiture avec tente de toit	Adeptes de nature / vacances (en famille) bon marché dans la nature	Emplacement tranquille dans la nature / place de camping privée, une ou plusieurs nuits	Plutôt bonne	Moyen-élevé: offre trop faible. Beaucoup de points à prendre en compte pour passer une nuit dans le respect de la nature
	Personnes à la recherche de liberté (<i>Van life</i>)	Lieu du camping quelconque, une ou plusieurs nuits	Plutôt bonne	Non-respect des interdictions de circuler et de stationner
	Fêtards: personnes qui cherchent à s'amuser et se déplacent dans la nature pour faire la fête, influenceur:euse-s	Lieux connus, très accessibles et partagés sur les réseaux sociaux, une à plusieurs nuits	Plutôt faible	Très élevé: ne sont pas conscients des conséquences

Source : Künzle (2022)

Dans un rôle de sensibilisation, un aide-mémoire qui fournit des informations sur la situation juridique en Suisse est à disposition, ainsi qu'une campagne marketing lancée sur les réseaux sociaux peu avant l'été 2021 (Künzle, 2022). Cette récente mesure a pour but de faire prendre conscience des impacts du partage de photos de lieux attractifs dénichés sur des plateformes en ligne, tel que la Figure 8 l'illustre (CAS, 2021). « S'adresser aux [camping-caristes] avec un langage visuel sans promouvoir la pratique était un défi de taille », relève Martin Künzle (2022). Imaginer les scénarios de manière critique a été le fil rouge de la campagne. La mise en scène des images témoigne en quoi les apparences sont trompeuses, puisque la photo cache ce qu'elle ne montre pas.

Figure 8 : Exemple d'un des quatre volets de la campagne de sensibilisation du CAS



Source : © Anna-Lina Balke / CAS – Künzle (2022)

Quant à la communication, il y a eu une importante diffusion sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook) dans un intervalle d'une douzaine de jours, avec des hashtags pertinents (Künzle, 2022). Beaucoup de réactions dans les médias qui en viennent toutes à la même conclusion : éviter de partager ses coins secrets permet de préserver l'environnement. Ce constat rejoint l'initiative du WWF France avec la géolocalisation fictive mentionnée dans le chapitre 3.4. Pour que la nature ne se voie pas détruite par le tourisme de masse, le message est le même : ne pas sous-estimer le pouvoir des réseaux sociaux et agir en conséquence pour préserver un minimum l'environnement.

5. Approfondissement avec les professionnels du terrain

Ce cinquième et dernier chapitre recense une analyse approfondie des données primaires récoltées au travers d'entretiens qualitatifs, pour laquelle des données secondaires viendront soutenir les propos établis. Celles-ci sont l'étude de marché MyCamper datant d'avril 2022 et l'ébauche du projet « Sanitary Inside » par l'association faitière Au Pays du Camping-car.

5.1 Résultats des entretiens

Pour commencer, une méthodologie qualitative a été entreprise afin d'exposer la situation actuelle quant à l'encadrement du camping sauvage véhiculé en Suisse. Ce faisant, un questionnaire a été adressé à l'attention de divers prestataires touristiques ayant été confrontés à la forte croissance de la demande sur leur territoire. Parmi les 21 entretiens réalisés, huit concernent des responsables de DMO, 10 autres sont des chefs de projet de parcs naturels et les trois derniers comprennent la présidente de l'association Van Life Explorer Schweiz, le fondateur de l'initiative « Camping-car gourmand » et enfin la « Community manager » de chez MyCamper. Le questionnaire est composé de quinze questions ouvertes portant sur 4 thématiques : la prise de connaissance de l'offre du prestataire, la réglementation en place, le public cible et véhicules majoritaires, et enfin une discussion comprenant le motif de la pratique, le rapprochement entre camping-cariste et consommateur, le tourisme 4 saisons ainsi que la meilleure pratique à l'attention des entités politiques. La dernière question libre et ouverte permettait aux interviewés d'ajouter quelque chose ; elle a été très appréciée et saisie par nombre d'entre eux. Concernant le premier thème abordé, les réponses varient en fonction de la structure d'accueil en place, si existante. En effet, sur les 21 interviewés, 13 d'entre eux ont pu mettre une offre sur pied, alors que d'autres en sont à l'étape initiale : l'étude de l'aménagement d'un parking, ou la demande auprès du canton, avec le soutien de la commune. Parmi les huit restants, certains ont obtenu un refus pour l'exploitation territoriale, d'autres ont été pris de cours par l'ampleur du phénomène. En revanche et puisque plusieurs entités sont concernées, tous confirment que c'est un travail d'équipe.

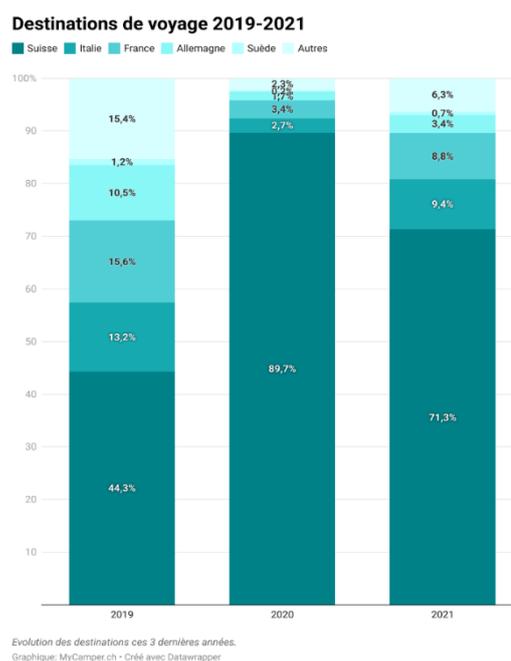
Ensuite, tous s'accordent sur le fait que le camping sauvage véhiculé était présent avant la pandémie et que le confinement au printemps 2020 a rendu la problématique d'accueil territoriale visible. Depuis, certains ont adapté le règlement communal, d'autres prévoient d'aménager des zones de stationnement, voire de les améliorer. Quelques parcs naturels voulant préserver la valeur de la nature favorisent les campings existants. La troisième catégorie de

questions porte sur les utilisateurs et leurs véhicules. Il a été plus difficile pour les interviewés d’y répondre, notamment par les huit chefs de projet des parcs naturels se sentant indirectement concernés contrairement aux 10 responsables d’offices de tourisme. Cependant, les quelques réponses obtenues vont dans le même sens ; tous s’accordent sur fait que les vans et camping-cars font partie des modèles de véhicules majoritaires, ou encore qu’en 2020 les Suisses romands ont visité la Suisse allemande, et inversement. Quant à la discussion sur la motivation principale de la pratique, 15 personnes y ont répondu résultant en un large éventail de motifs. Rapprocher le camping-cariste au consommateur n’a pas été chose facile pour les représentants des parcs naturels, qui encore une fois, le mesurent moins facilement que d’autres experts. À l’égard du tourisme 4 saisons, les responsables de destinations avec remontées mécaniques sont en mesure de confirmer que des véhicules y stationnent l’hiver, bien que minoritaires. La dernière question ouverte a été saisie par 16 des 21 interviewés. Là encore, divers *inputs* de leurs expertises viendront compléter ce travail avec des pistes ultérieures de recherche.

5.1.1 Encadrement du phénomène

Passer ses vacances en plein air est une forme de voyage qui s’est vite remarquée à Glaris, car « jusque-là, [les] 3 campings étaient toujours complets » (F. Hoesli, Geschäftsführer Visit Glarnerland, Communication Personnelle, 9 février 2022). Dans les faits, « le camping a gagné en popularité en Suisse depuis le [COVID-19] » (M. Affolter, Customer manager chez MyCamper, Communication Personnelle, 9 février 2022). À l’été 2020, les frontières étaient fermées et l’attrait pour la nature devenu plus fort, confinement oblige, ce qui a résulté en un « exode massif de campeurs sauvages » (F. Hoesli, CP, 9 février 2022). Cette tendance s’est également mesurée dans la location de VRA sur la plateforme MyCamper qui le stipule dans une récente étude sur les habitudes de vacances des Suisses : leur pays a gagné du terrain en matière de destination de voyage véhiculé (2022). En effet, la Suisse est passée de 44,3% en 2019 à 71,3% en 2021, avec un pic à 89,7% en 2020, année où le camping en Suisse était à son apogée, pour les raisons évoquées plus haut (Figure 9).

Figure 9 : Destinations de voyage VL



Source : MyCamper (2022)

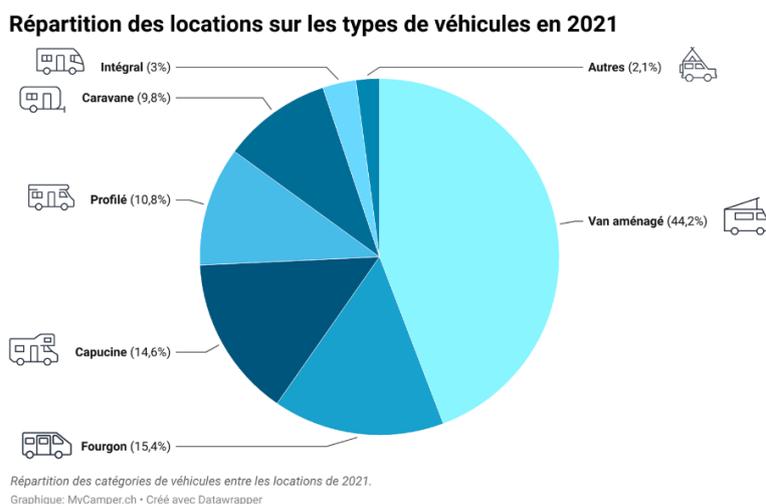
Sur le terrain, les prémices du camping sauvage véhiculé laissent à désirer. En effet, les composantes du problème ne sont autres que le comportement des utilisateurs de VRA, adeptes et novices confondus, pour lesquels des lieux se sont vus détériorés par l'arrivée d'un tourisme de masse (C. Föhn, Chef de projet au réseau des parcs suisses, Communication Personnelle, 25 janvier 2022). Dans le courant de l'année 2020, le temps d'un week-end et dans un petit village de 600 habitants dans le canton d'Uri, une cinquantaine de VRA étaient stationnés çà et là (M. Stöckli, Geschäftsführer Uri Tourismus, Communication Personnelle, 14 février 2022). Le Grimselpass a aussi connu un amas de véhicules le long de la route menant au col, avec du papier toilettes traînant dans la nature et des parkings complets de façon démesurée (F. Spichtig, Leiter der Grimselwelt, Communication Personnelle, 1^{er} février 2022). En bref et tel qu'A. Oertli le souligne humblement, «2020 était un pic où les utilisateurs de VRA étaient partout : dans les champs, en forêt, le long des routes de montagne » (CP, 2 février 2022). À ce stade, certaines destinations ont pris les devants en instaurant des zones réglementées avec système d'enregistrement – à l'image du QR code – afin de canaliser les camping-caristes. L'idée étant « d'harmoniser l'ensemble de l'offre et de ne plus y voir de frontière entre les communes » afin que la DMO puisse la communiquer de manière officielle sur ses différents canaux (R. Blumer, CP, 31 janvier 2022). Pari réussi pour ceux en possession d'une autorisation cantonale, comme le projet TempCamp et pour lequel la forme d'exploitation des emplacements temporaires a été fixée à trois mois⁷ par le canton où les exploitants sont libres de déterminer la couverture mensuelle de cette période, le plus souvent de juin à septembre (M. Stöckli, CP, 14 février 2022). Dans la vallée du Trient, aucune autorisation n'ayant abouti, les camping-caristes ont submergé Salvan, zone sur laquelle un panneau d'information laisse entendre qu'ils sont attendus au camping – si ce dernier venait à être complet, un terrain à côté du centre sportif leur a été mis à disposition (L. Pignat, Directeur de l'office du tourisme et parc naturel Vallée de Trient, Communication Personnelle, 16 février 2022). Il va sans dire que du côté de la plateforme de location Mycamper, les tâches marketing principales étaient d'éclairer sur les « comportements dans la nature, sans pour autant inciter au camping sauvage » (M. Affolter, CP, 9 février 2022). L'encadrement de la pratique dépend principalement du facteur législatif, empêchant la mise en œuvre d'une offre adéquate dans plusieurs régions de Suisse. Nombreux sont les intervenants qui partagent cette même opinion, exprimée par le plus téméraire d'entre eux : « le camping sauvage véhiculé est un sujet que les autorités politiques doivent saisir » (L. Pignat, CP, 16 février 2022).

⁷ Dans le cas où une forme d'exploitation de plus de trois mois est souhaitée, demande obligatoire d'un permis de construire sur zone de loisirs (Canton Uri, 2020) – voir pages 37-38

5.1.2 Véhicules et profils des utilisateurs

La deuxième thématique abordée dans les entretiens concerne les différents types de véhicules, servant de base pour dessiner le profil des utilisateurs de VRA s’inscrivant dans la tendance actuelle. Aux confins des cantons de Berne et Valais, le col du Grimsel aura été sur la route de nombreux vacanciers – très divers en matière de camping sauvage véhiculé : « des bus VW aux véhicules avec une tente sur le toit, en passant par les camping-cars de 8 mètres de long, nous avons eu de tout » (F. Spichtig, CP, 1^{er} février 2022). En général, les camping-cars et bus aménagés type VW font partie des modèles de véhicules les plus courants, « possédés en partie par des novices » ces dernières années (L. Bürki, Geschäftsführer Graubünden Ferien, Communication Personnelle, 9 février 2022). L’étude Mycamper relève à ce sujet la répartition des véhicules de location exprimée en % sur l’année 2021 (2022). À première vue, le van aménagé l’emporte largement (avec 44,2%) sur le reste des catégories de véhicules (Figure 10). Celui fait donc figure officielle à l’évocation de la VL, bien que Mycamper ne connaisse pas avec précision le style de vacances opté par leur clientèle, à savoir la fréquentation des campings ou non (M. Affolter, CP, 9 février 2022). Ensuite, d’après la Figure 10, le camping-car semble se décliner en divers modèles proposés à la location par des particuliers. Ce faisant, si l’on prend en compte l’image y ressemblant et déclinée en « intégral, profilé et capucine », le camping-car (28,4%) se place devant le fourgon (15,4%) – ce dernier représentant seulement le quart des VRA loués en 2021. Finalement, on devine les véhicules type « Land Rover » catégorisés par le terme « autres » (2,1%) et pour lesquels il est moins tendance de grimper avec une échelle depuis l’extérieur sur le toit d’un 4x4 pour y passer la nuit, bien que le modèle VW possède également une extension s’ouvrant vers le haut ; ce n’est à priori pas autant recherché.

Figure 10 : Répartition des VRA loués en 2021 - MyCamper



Source : MyCamper (2022)

Parmi les profils de clientèle les plus courants relevés durant les entretiens se trouvent les couples, les retraités et les familles. Ces dernières seraient minoritaires du côté de Charmey – étonnamment, puisque celle-ci se positionne comme une destination familiale – (J. Rouget, Responsable Accueil Télé-Charmey, Communication Personnelle, 9 mars 2022) alors qu’au col du Grimsel, ce sont les sorties entre collègues qui seraient un motif de voyage présent, mais encore trop peu exploité (F. Spichtig, CP, 1^{er} février 2022). Bien qu’un « solo traveller » à bord d’un VRA soit peu commun – du moins en Suisse, des individus accompagnés de chiens comme compagnons de voyage ont été recensés à maintes reprises du côté de Heidiland (R. Blumer, CP, 31 janvier 2022). Quant au profil le plus enclin à payer la nuitée sur place, il a été évoqué à deux reprises « une clientèle à la recherche de sécurité et tranquillité » ; autrement dit, le public cible repéré par Nomady et pour lequel les emplacements exclusifs en nature ont leur prix (L. Bürki, CP, 9 février 2022) & (M. Stöckli, CP, 14 février 2022). Les 2 autres réponses portent sur les familles qui auraient découvert une nouvelle facette du camping (R. Blumer, CP, 31 janvier 2022) ainsi que « les femmes, d’avantage prêtes à payer pour une infrastructure comprenant l’eau et les toilettes [...] les hommes, eux, sont des sauvages » (F. Spichtig, CP, 1^{er} février 2022).

Les habitudes de chacun en termes de voyage vont dépendre de plusieurs facteurs, à commencer par le budget, le temps à disposition ou encore les curiosités touristiques ; le tout avec pour impact une fréquentation plus ou moins massive de certains lieux en nature. Ce taux varie non seulement selon l’infrastructure et la prise de connaissance de l’offre à disposition, mais aussi d’après le type de véhicule. En effet, l’autarcie de ce dernier est un facteur allant différencier les utilisateurs entre eux, au sein d’un même groupe. Ce que l’on entend par là, c’est que la majorité des bus VW rencontrés sur les routes ne comporte pas de toilettes à bord (Figure 10), ce qui signifie que leurs utilisateurs dépendent grandement des toilettes publiques et favorisent – à priori – les emplacements dotés d’une infrastructure sanitaire (à commencer par les femmes, tel que mentionné plus haut). À ce sujet, l’association Au Pays du Camping-car peaufine un projet avec comme objectif le recensement des emplacements à disposition des campings-caristes autonomes en matière d’hygiène (Au Pays du Camping-car, 2022). C’est-à-dire que le véhicule équipé de WC chimiques et d’un réservoir d’eaux grises recevrait une vignette (Figure 11) dans la perspective que certains emplacements sans sanitaires pourraient la réquisitionner pour un séjour sur place (Au Pays du Camping-

Figure 11 : Vignette autarcie du véhicule



Source : Au Pays du Camping-car (2022)

car, 2022). L'offre sur le marché se verrait complétée par « des terrains demandant moins d'efforts en termes d'infrastructures, et ce, sans craindre les problèmes liés à l'évacuation des besoins intimes sur l'environnement » (Au Pays du Camping-car, 2022, p.1). Ce dernier point soulève d'autres questionnements quant à la nécessité d'implémenter des bornes de vidange sur l'ensemble du territoire suisse, bien que cela soit – dans un premier temps – une démarche communale (Au Pays du camping-car, s.d.).

Quant au % relatif à l'estimation du taux d'indigènes versus étrangers dans la pratique du camping sauvage véhiculé et sur une période de 2 ans, il semblerait que « 90% étaient des indigènes en 2020, dont 15% venaient de Suisse romande » (M. Affolter, CP, 9 février 2022). En 2021, les Suisses étaient toujours majoritaires mais moins nombreux, selon le recensement réalisé au col du Grimsel : « 70% étaient des Suisses allemands, les 30% restants sont des Italiens, des Allemands, des Français et des Espagnols » (F. Spichtig, CP, 1^{er} février 2022). Ces nationalités représentent la clientèle usuelle des campings, à laquelle s'ajoutent les Hollandais en visite en Valais, notamment (P. Oggier, Directeur du parc régional de Finges, Communication Personnelle, 1^{er} février 2022). Comme mentionné à plusieurs reprises, la variété des paysages en Suisse offre des perspectives de vacances à un jet de pierre pour de nombreux indigènes s'étant adonnés à la pratique il y a peu. C'est donc un tourisme de niche auquel les DMO s'adressent suscitant l'intérêt de s'évader à proximité. Lors de courts séjours, la clientèle serait issue des cantons avoisinants, par ex. du côté de Schwyz (ZG, LU, AG, ZH) à la différence de Glaris où les origines sont plus variées (ZH, BE, AG, FR, VD, VS, GE, TI) (V. Coray, Geschäftsführer Schwyz-Tourismus, Communication Personnelle, 7 février 2022) & (F. Hoesli, CP, 9 février 2022). Cette diversification dans la provenance de la clientèle souligne les critères du camping-cariste quant au choix de sa destination : le motif de la pratique et les besoins des utilisateurs de VRA relatifs aux aires d'accueil – deux points allant être abordés en détails dans les paragraphes suivants.

5.1.3 Tendances « Outdoor »

Dans le cadre de la VL, le motif de déplacement est le voyage en lui-même, littéralement traduit par la « vie à bord d'un van » signifiant le peu d'importance donnée à la destination. Et pourtant, certains lieux en Suisse se sont vus d'avantage prisés par des camping-caristes en comparaison à d'autres où la problématique était peu visible, confirmé par les entretiens. C'est précisément dans ce sens qu'a été posée la question suivante aux prestataires touristiques : « D'après-vous, quel est le motif principal de la pratique du camping sauvage véhiculé ? »

Interrogation ouvrant le débat, puisque la VL s'adresse à « un large public avec de nombreux besoins très variés » auxquels certains prestataires ont essayé d'y répondre en diversifiant les aires d'accueil en termes d'attractivité du site et de confort (M. Stöckli, CP, 14 février 2022). La pratique du camping sauvage véhiculé s'inscrit dans la tendance « outdoor » profitant à bon nombre de destinations en Suisse. Ce qui va néanmoins nuancer la fréquentation des emplacements réside non seulement dans la motivation du voyage, mais aussi dans l'offre à disposition. En effet, « il faut avoir un atout spécifique, les camping-caristes cherchent souvent la vue » (P. Oggier, CP, 1^{er} février). Parmi les motivations principales (Figure 12) se trouvent entre autres la liberté de stationner sans réservation au préalable, la proximité avec la nature et

Figure 12 : Motifs principaux de la pratique



Source : Données de l'auteur

la recherche d'individualité offertes par Nomady. Trois distinctions illustrant les utilisateurs de VRA dans leur pratique à la nuit tombée : « le nomade digital est une aventure loin du camping et sans réservation ; le camping sauvage véhiculé est une alternative pour être en route » (M. Affolter, CP, 9 février 2022).

Il est donc pertinent de se pencher sur les différences concrètes entre une aire d'accueil versus un camping établies brièvement à la suite des entretiens (Tableau 8). En premier lieu, **les termes de désignation** – sur le panneau d'information ou préalablement en ligne : une aire d'accueil n'est pas un camping. Ce faisant, n'y voir « aucune concurrence avec les campings existants, puisque ce sont deux publics cibles différents » (R. Blumer, CP, 31 janvier 2022). De plus, au vu du succès rencontré par l'hôtellerie en plein air dans la région de Glarnerland, les gérants de camping souhaitent « voir des aires d'accueil fleurir » ; l'offre actuelle étant sous-estimée (F. Hoesli, CP, 9 février 2022). Quant à **la durée de séjour**, celle-ci est influencée par le type de **clientèle** fréquentant ces lieux, elle-même dépendante de **l'infrastructure** à disposition. En effet, une aire d'accueil est disposée aux camping-caristes – de préférence se suffisant à eux-mêmes⁸, sur des terrains (type parking) sur lesquels les caravanes et tentes ne sont pas les bienvenues, cyclotourisme inclus. Ce dernier, bien que souvent de passage, est attendu au camping où il sera accueilli avec un tarif préférentiel au vu du peu de terrain vert occupé par la toile. Sur les aires d'accueil, les courts séjours sont favorisés à la différence des campings avec vacanciers installant leur matériel en dehors du véhicule en vue d'un séjour permanent. De plus,

⁸ Autarcie du véhicule : avec toilettes et réservoir d'eau à bord – voir page 49

l'infrastructure au sein des campings pourvoit aux besoins des vacanciers avec réception, restaurant, shop, sanitaires comportant toilettes et douches, animations ; le tout complété par les curiosités touristiques dans les environs. Ensuite, **la tarification des aires d'accueil** dépend de l'infrastructure (confort) ainsi que de l'attractivité du site. Tel qu'il a été constaté dans le benchmark établi dans le sous-chapitre 3.2, une fourchette de prix indicative pratiquée en Suisse serait entre CHF 15 et 30 par nuit pour 1 véhicule, 2 personnes, taxes de séjour incluses. À ce stade, « la différence entre une nuit sur un emplacement ou dans un camping d'un point de vue financier n'est plus si importante » (A. Kruker, Geschäftsführer Lenk-im-Simmental, Communication Personnelle, 7 février 2022). Pour certainement bon nombre d'utilisateurs de VRA, la motivation principale de la pratique n'est pas financière ; cet aspect sera approfondi

dans le sous-chapitre suivant 5.1.4. Enfin et peut-être la différence la plus relevée ces dernières années réside dans les **habitudes de voyage**. Le boom du camping sauvage véhiculé est un phénomène qui, dans ce contexte, a marqué les esprits par la prise de décision spontanée non seulement dans la

Tableau 8 : Différenciation d'une aire d'accueil et d'un camping

Principales différences entre une aire d'accueil et un camping		
Désignation	"Stellplätze"	Camping
Durée de séjour moyen	1 à 3 nuits	> 3 nuits
Clientèle	de passage*	vacanciers
Infrastructure	toilettes, eau et électricité	abondante
Tarifs à la nuitée CHF	15 à 30	20 à 45
Habitude de voyage	spontané	prévu de longue date
Contacts sociaux	petit groupe, tranquillité	foule, partage, rencontres
*VRA stationnant sur béton ou gravier ≠ tente et caravanes		

Source : Données de l'auteure

direction à donner au voyage, mais aussi relative aux conditions météorologiques impactant la pratique des loisirs en plein air. Ce faisant, le référencement des aires d'accueil sur le territoire d'une DMO via des plateformes digitales est une évidence ; ajoutons à cela l'outil Parknsleep pour gérer les flux et le paiement avec taxe de séjour. Il se pourrait que la capacité d'accueil soit nulle en raison d'une forte affluence ; cela éviterait de faire rebrousser chemin. Du côté de la demande, l'application Park4night sera utilisée pour les « bons plans » inscrits par les membres et pour lesquels les évaluations des emplacements sont privilégiées par la communauté VL. Pour terminer sur le dernier point soulevé par le tableau, **les contacts sociaux** entre les utilisateurs de VRA ne font pas l'unanimité. Alors qu'il paraît évident que le terrain de camping est propice aux rencontres, il est plus difficile de tirer les mêmes conclusions pour les aires d'accueil. Comme la revue de la littérature l'émet, les pratiques spatiales incluent des interactions sociales : plus le terrain sera grand, plus celles-ci seront présentes. Ainsi, les Stellplätze sont une alternative aux campings, à condition de proposer un nombre moins élevé d'emplacements mais plus de diversification dans le choix des sites pour y passer la nuit.

5.1.4 Création de valeur ajoutée pour une destination

Si la motivation de voyager à bord d'un bus aménagé est « à la fois spécifique et expansive », la politique financière est néanmoins écartée ; les escapades VL sont devenues très à la mode par le fait qu'elles « libèrent du rythme harassant métro-boulot-dodo » (Christinaz, 2017). Outre le fait qu'en Suisse, le camping-cariste est un public dont le pouvoir d'achat est élevé, de manière générale, il ne serait pas plus en reste au vu des coûts d'investissement pour un VRA. Ainsi et pour faire court, « c'est un public qui a des sous » (L. Pignat, CP, 16 février 2022). Rapprocher le camping-cariste du consommateur s'est révélée être une perspective fort intéressante en termes de développement de produit. D'autant plus qu'en route, il faut se restaurer ; besoin auquel l'initiative « Camping-car gourmand » y répond, bien que « la gastronomie ne soit pas un motif de voyage » (R. Blumer, CP, 31 janvier 2022). En moyenne, un camping-cariste dépense CHF 80 par jour, tout confondu (R. Järman, Geschäftsführer Wohnmobillandschweiz, Communication Personnelle, 21 janvier 2022). La demande pour les denrées alimentaires a été mesurée à Heidiland où les épiceries et magasins à la ferme étaient à plusieurs reprises en rupture de stock (R. Blumer, CP, 31 janvier 2022). Ainsi, les petites entités tirent rapidement profit de la pratique. L'importance de mettre des aires d'accueil à disposition est d'autant plus grande, puisque la demande va rester « résultant en des lits à haute valeur ajoutée » pour la destination (L. Pignat, CP, 16 février 2022). En somme, le camping sauvage véhiculé s'inscrit dans la tendance outdoor très convoitée : les utilisateurs de VRA sont en route, « sans offre à disposition, la pression sur la nature va continuer » (L. Bürki, CP, 9 février 2022).

Figure 13 : Création de valeur au sein d'une destination

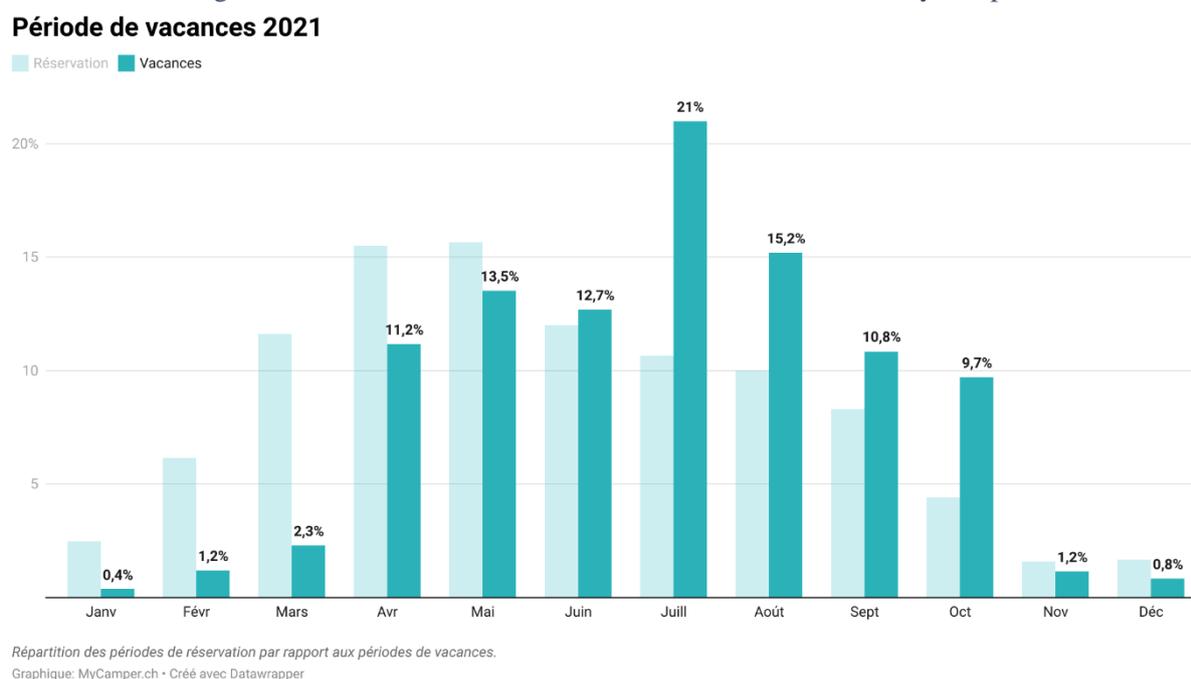


Source : Blumer (2022)

Accueillir favorablement cette pratique résulte en la création de valeur ajoutée pour une région touristique (Figure 13), l'implication des communes dans la démarche relative à l'exploitation territoriale est faible ; les intérêts n'étant pas les mêmes (F. Hoesli, CP, 9 février 2022). Rappelons que le tourisme est un secteur d'activités pour lequel les acteurs collaborent le mieux proactivement, relevé – dans ce cas-ci – par l'importance de l'économie induite pour une destination (C. Paillard, CP, 21 janvier 2022). La « taskforce » réunirait à minima l'organe touristique et la commune, à laquelle s'ajoute selon le type d'emplacements souhaité, les remontées mécaniques, les propriétaires privés de terrains et parcs naturels favorisant Nomady ainsi que les gestionnaires des milieux agricoles et forestiers (M. Stoekli, CP, 14 février 2022).

Quant à la saisonnalité relative à l'encadrement de la pratique, tous affirment que la période d'avril à fin septembre est propice à l'accueil des camping-caristes en grand nombre. Les réponses sont cependant moins unanimes à l'évocation du tourisme hivernal. D'une part, les aires d'accueil en montagne dépendent de leur accessibilité ; certaines routes étant fermées en raison du danger d'avalanche (R. Blumer, CP, 31 janvier 2022). Et d'autre part, « il s'agit de miser sur une clientèle de niche préférant le Wellness, tels que les retraités » (M. Affolter, CP, 9 février 2022). À noter que « la saison estivale est la plus importante », (L. Bürki, CP, 9 février 2022) soutenue par la Figure 14 illustrant les périodes de vacances vis-à-vis des réservations de véhicules sur la plateforme MyCamper (2022). Il y est démontré le contraste entre la réservation et les vacances réellement effectuées, celles-ci étant dépendantes de plusieurs facteurs tels que l'ouverture progressive des frontières, la baisse de l'euro et l'augmentation du prix de l'essence. Le décalage remarquable sur les cinq premiers mois de l'année pourrait également être expliqué par le facteur météorologique, très variable entre deux saisons. À l'été 2021, c'est l'inverse qui s'est produit : le taux de vacances s'est avéré plus élevé que celui de réservation, à l'exemple du mois de juillet où la période de vacances (21%) a été quasiment le double de celles réservées préalablement (11%). Ce fait souligne aussi une fois de plus la spontanéité de la demande. Quant aux premières réservations reçues en ce début d'année, l'étude mentionne les mois de juillet et août comme étant à nouveau prépondérants (MyCamper, 2022). Enfin, le tourisme 4 saisons relatif au camping sauvage véhiculé n'est pas d'actualité en Suisse en raison d'un creux dans l'offre à l'été où la demande a toujours été plus élevée (M. Stoekli, CP, 14 février 2022).

Figure 14 : Période de réservation et de vacances en 2021 - MyCamper



Source : MyCamper (2022)

5.2 Suggestions d'amélioration

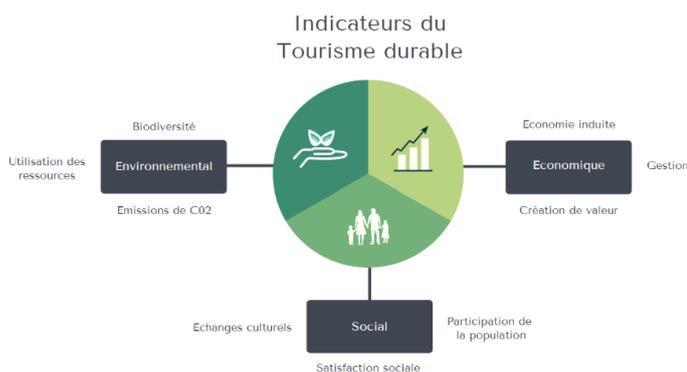
L'encadrement de la pratique est sur sa lancée en matière de développement d'offres relatives à la mise à disposition d'aires d'accueil, également appelées zones de stationnement et *Stellplätze* en allemand. Il est important de poursuivre sur cette voie afin de favoriser un tourisme durable influençant les pratiques comportementales des utilisateurs de VRA. Ainsi et pour répondre à la question de recherche, à savoir **comment encadrer la pratique du camping sauvage véhiculé en Suisse pour en pérenniser l'activité**, plusieurs pistes d'amélioration ont pu être dégagées au moyen des analyses effectuées dans ce travail.

Le recensement des meilleures pratiques notamment grâce à un benchmark sur les aires d'accueil en Suisse apporte une vue d'ensemble, approfondie par l'étude d'offres comprenant des cas concrets relatifs à l'encadrement. Le regard des professionnels issu des entretiens qualitatifs menés avec 21 d'entre eux permet non seulement de comprendre le cheminement nécessaire à la mise en place d'une aire d'accueil, mais aussi d'apporter des perspectives de recherche ultérieures. À ce stade, les suggestions d'amélioration ci-après tirent leurs origines de réflexions et réponses obtenues à la suite du questionnaire adressé aux interviewés.

5.2.1 Offre de nuitée complémentaire

La mise à disposition d'emplacements « pop-up » temporaires est un immense potentiel pour les destinations au vu de la valeur générée par le camping-cariste dans sa consommation sur place. La création d'un réseau d'emplacements privés et publics est en ce sens intéressant. Cette démarche s'inscrit dans une perspective durable à l'égard de laquelle des indicateurs ont été émis (Figure 15). En considérant que la situation juridique régle l'offre en Suisse, envisager ne faire aucune modification de terrain permet de faciliter l'accord légal pour son exploitation. Cette règle est également valable dans l'aménagement d'une aire d'accueil ; les ressources nécessaires devraient être réduites à minima en favorisant l'utilisation d'une infrastructure existante voire inutilisée durant la haute saison, par ex. un centre de ski de fond. En forêt, des toilettes sèches seraient une évidence, dans la mesure du possible.

Figure 15 : Encadrement de la pratique pour un tourisme durable



Source : Données de l'auteure

5.2.2 Adaptation du règlement communal

En considérant que le camping-cariste passe la nuit dans une commune hors de son domicile, il est soumis au paiement d'une taxe de séjour. Ce faisant, ce sont aux exploitants de terrains privés comme publics de la percevoir. Ainsi, il est conseillé aux entités communales d'adapter le règlement de camping qui stipulerait que les camping-caristes – regroupant les hôtes de passage avec un VRA – appartiennent à une catégorie de personnes séjournant sur le territoire et donc soumises à la taxe de séjour⁹.

Si existant, ce règlement permet également de contrer les emplacements « illégaux » sur l'application Park4night, c'est-à-dire les *spots* ajoutés par les membres de la communauté. C'est à l'administration communale de prendre les devants et de s'adresser aux gestionnaires de la plateforme, avec pour appui le document mentionné. Les zones non-désirées sont ensuite supprimées dans un intervalle de 24h, ce afin d'éviter la propagation d'emplacements sauvages.

5.2.3 Identification et communication des aires d'accueil officielles

Identifier les besoins de ce segment de clientèle revient à créer des emplacements en fonction. L'idée étant de différencier les *spots* recherchés des zones moins fréquentées et de les aménager dans la mesure du possible. Le cas échéant, une communication à l'aide de panneaux informatifs réorientant les camping-caristes vers des aires d'accueil officielles ou vers des campings, est de mise. Une démarche positive fait la différence et incitera le visiteur à bien se comporter. À l'inverse, les panneaux d'interdiction tout comme la surveillance du respect de la réglementation ne portent pas toujours leurs fruits.

5.2.4 Etablissement d'une « Customer Journey »

Cet outil de gestion est pertinent dans ce contexte, car il permet d'identifier les lacunes dans le service offert aux camping-caristes. Les points de contact seront alors considérés en vue de leur amélioration ; l'opportunité donnée aux organes touristiques de faire meilleur usage des outils digitaux étudiés dans ce travail, en complément de l'information communiquée sur place. De plus, cela offrirait des perspectives de développement de produit relatif à la pratique du camping sauvage véhiculé, comme faire bénéficier de la carte d'hôte au sein d'une destination.

⁹ En allemand : « *die Camper gehören zu den Wohnmobilisten* » (A. Kruker, CP, 7 février 2022)

5.3 Limites et perspectives de recherche ultérieures

Pour terminer, l'étude relative à l'encadrement a mis en lumière la manière dont les acteurs touristiques répondent à ce jour aux besoins des camping-caristes afin que la pratique se pérennise. À la suite de cela découlent des perspectives de recherche qui n'auront pu être couvertes par ce travail. Plaçant toujours l'utilisateur de VRA au centre, ces dernières permettraient d'apporter des éléments pertinents pour un secteur en constante évolution.

5.3.1 Autonomie du véhicule

L'autarcie des véhicules est un problème grandissant au vu du nombre élevé de modèles de VRA mis en circulation sans pour autant être totalement autonomes. De ce fait, le projet « Sanitary Inside » serait une manière de différencier les utilisateurs dans leur indépendance par l'ajout d'aires aménagées avec le strict minimum – sans WC notamment – et certifiées par un label. En revanche, la nécessité des bornes Euro Relais pour l'évacuation des eaux grises et noires devient palpable et devrait être mieux répartie sur un territoire unitaire.

5.3.2 Analyse des évaluations laissées sur Park4night

Une autre piste de recherche intéressante serait l'analyse des évaluations sur Park4night, référence et leader sur le marché européen en termes d'emplacements officiels et inofficiels. L'icône « Parking » différencie son confrère « Camping », tous deux ajoutés librement par le camping-cariste de passage sur ces lieux. La plateforme grandit ainsi grâce à la participation de sa communauté. L'unique et relativement gros soucis de ce système réside dans le fait que les emplacements ne sont pas vérifiés. C'est pourquoi, des recommandations ont été émises à ce propos afin de contrer ces aires non-désirées pour encadrer la pratique de manière à limiter le camping *sauvage* véhiculé sur un territoire.

5.3.3 Simplification du cadre législatif

Les emplacements sont soumis à autorisation légale pour une mise en tourisme, en plus de nécessiter une adaptation du règlement communal afin que le propriétaire de terrain perçoive la taxe de séjour due. Afin de créer un réseau d'emplacements privés et publics qu'un organe touristique puisse promouvoir, une des solutions serait la simplification des exigences légales relatives à l'encadrement de la pratique du camping sauvage véhiculé en Suisse.

5.3.4 La quantité de véhicules reste(ra) un problème

Malgré l'initiative d'encadrer afin de canaliser les camping-caristes, le nombre de véhicules immatriculés augmente chaque année alors que la capacité d'accueil reste limitée – problématique identique au sein des campings. L'étude de la cohabitation entre riverains et camping-caristes permettrait la mise en perspective de solutions comme des parkings à l'extérieur des villes avec des transports publics reliant le centre-ville, à l'image des *best practices* venues d'Allemagne, pionnière en matière de réseau routier et destination road-trip. Enfin et au vu de la diversification dans les VRA, la désignation d'un *Wohnmobil* issu de la langue allemande ou encore d'un *Camper* utilisé en Suisse-allemande reste à clarifier, notamment vis-à-vis des offres leur étant destinées ou non.

Références

- Arrêté préfectoral CCDSA n°21/084 relatif à la sécurité des terrains de campings et stationnement de caravanes, Direction départementale de la protection des populations du Var. Consulté le 14 février 2022, sur http://www.var.gouv.fr/IMG/pdf/ap_securete_campings_signe_16_juillet_2021_sans_annexes.pdf
- Au Pays du Camping-car (2022). *Projet Sanitary Inside*. St-Gall : Au Pays du Camping-car.
- Au Pays du Camping-car (2021, 6 avril). Concept du camping-car gourmand. Consulté le 1^{er} avril 2022, sur <https://aupaysducampingcar.ch/index.php?t=aktuelles&tt=news&ttd=Details&titel=&blogID=136>
- Au pays du camping-car (s.d.). Répertoire des aires. Consulté le 1^{er} mars 2022, sur <https://aupaysducampingcar.ch/>
- Au Pays du Camping-car (s.d.). *Label Camping-car Bienvenue*. Consulté le 1^{er} avril 2022, sur <https://aupaysducampingcar.ch/Stellplatzbetreiber/WohnmobilDinner/>
- Autocaravane Algarve (s.d.). *Motorhome Ecopark Sao Bras de Alportel dans la mythique EN2*. Consulté le 16 février 2022, sur <https://autocaravanalgarve.com/fr/motorhome-ecopark-sao-bras-de-alportel-dans-la-mythique-en2>
- Bases légales du Parc National en Suisse (1980, 19 décembre). Consulté le 16 février 2022, sur https://www.nationalpark.ch/tasks/sites/de/assets/File/D_Nationalparkgesetz.doc.pdf
- Blumer, R. (2021, 1^{er} juillet). *Vorstellung Camping Willkommen* [diapositives]
- Boulogne, A. (2005, octobre). La station des Gets refuse le 100% voiture ! *Espace*, n°230, p. 23 à 27
- Chapman, R., (s.d.). *Camping en Islande : toutes les informations pratiques*. Consulté le 15 février 2022, sur <https://guidetoiceland.is/fr/voyager-en-islande/camping-en-islande>
- Christinaz, C. (2017, 20 avril). Le grand air, la liberté, un business. *Le Temps*. Récupéré sur <https://www.letemps.ch/societe/grand-air-liberte-un-business>
- Club Alpin Suisse CAS (2021, 27 mai). *#Vanlife : le camping sauvage est en plein essor. Le CAS*

lance une campagne de sensibilisation critique sur ce boom. Récupéré sur <https://www.sac-cas.ch/fr/environnement/vanlife-le-camping-sauvage-est-en-plein-essor-33292/>

Dodier, R. (2018). Habiter comme un camping-cariste ou l'art d'être mobile et de stationner au quotidien. *Mondes du Tourisme*, 14, p.1-18.

Forget, C. (2017). Les limites du concept de tourisme résidentiel : étude de cas du caravanning à plein temps. *Téoros Revue de recherche en tourisme*, 36(2), p.1-20.

Forget, C. (2013). Vivre sur la route. Les nouveaux nomades nord-américains, *Ethnologies*, 35(1), p.165-174.

France Passion (s.d.). Fournisseur de coins de paradis en camping-car ! Consulté le 1^{er} mars 2022, sur <https://www.france-passion.com/>

Freizeitwald (s.d.). Plateforme de récréation en forêt. Consulté le 28 février 2022, sur <https://www.freizeitwald.ch/fr>

Generali Magazine. (2020, 20 août). Camper dans un camping aménagé ou sauvage ? Consulté le 27 octobre 2021, sur <https://www.generali.ch/fr/magazin/mobility/aktuelles/campingplatz-oder-wildcampen>.

Hostettler, C. (propos recueillis par I. Jaccaud) (2021, 17 avril). À chacun son camping-car. 24 heures. Consulté le 26 octobre 2021, sur <https://www.24heures.ch/a-chacun-son-camping-car-451313420983>.

Imsand, S., (2018, 3 juillet). *Convertir un véhicule en camping-car*. Fédération romande des Consommateurs : le pouvoir d'agir. Consulté le 26 octobre 2021, sur <https://www.frc.ch/decouvrir-le-monde-en-bus-amenage/>.

Canton Uri (2020, Décembre). *Merkblatt Stellplätze und Campingplätze: Voraussetzungen und Bewilligungsverfahren* [feuille d'information sur les emplacements et campings : conditions préalables et procédures d'autorisation]. Altdorf : Canton Uri.

Krieger, S-J., Deldrève, V., & Lewis, N., (2017). Ecologisation des loisirs de nature, entre ensauvagement et domestication, *Loisirs et Société*, 40(1), p.25-38.

Künzle, M., (2022, 20 janvier). *Erfahrungsaustausch : sensibilisation à l'aide de l'exemple du CAS* [diapositives].

La Clef Verte (s.d.). 1^{er} label de tourisme durable. Consulté le 21 février 2022, sur <https://www.laclefverte.org/>

Le Louarn, P. (1988). Le camping au bord de la mer, ou la protection de l'environnement littoral confrontée aux régimes juridiques du camping, du caravanage et de l'habitation légère de loisirs, In Revue juridique de l'Ouest. *La protection de l'environnement littoral au sein des procédures d'urbanisme*, p.41-58.

Loi fédérale sur l'aménagement du territoire (LAT) du 22 juin 1979 ; RS 700. Consulté le 3 avril 2022, sur https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1979/1573_1573_1573/fr

Loi fédérale sur les résidences secondaires (LRS) du 20 mars 2015 ; RS 702. Consulté le 2 avril 2022, sur <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2015/886/fr>

Loi fédérale sur la protection de l'environnement (LPE) du 7 octobre 1983 ; RS 814.01. Consulté le 21 février 2022, sur https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1984/1122_1122_1122/fr

Michel, F. (2010, octobre). À la recherche d'un tourisme alternatif de proximité, *Espace*, 285, p.14-28.

Motorhome Ecopark (s.d.). Consulté le 16 février 2022, sur <https://motorhomeecopark.com/park/>

Mounet, J-P. (2007). La gestion environnementale des sports de nature : entre laisser-faire, autorité et concertation, *Développement durable et territoires, Varia (2004-2010)*, p.1-13.

MyCamper (2022, 4 avril). Vacances en véhicules de camping : les habitudes des Suisse.sses.

Récupéré sur https://mycamper.ch/press/press-from-us/6246c2665c301/vacances-en-camping-car-les-habitudes-dessuisses?utm_source=press&utm_medium=referral&utm_campaign=mycamper-marktstudie&utm_content=marktstudie-fr

MySwitzerland (s.d.). « Label Family Destination ». Consulté le 4 avril 2022, sur <https://www.myswitzerland.com/fr-ch/destinations/lieux-de-villegiature-et-ville/stations-familiales/label-family-destination/>

Nidwald Tourisme (2021, Novembre). *Merkblatt Stell- und Campingplätze Kanton Nidwalden*.

[Feuille d'information sur les emplacements et campings du canton de Nidwald]. Stans : Nidwald Tourisme.

Nomady (s.d.). Consulté le 31 mars 2022, sur <https://nomady.ch/>

Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourobs) (2022, 17 mars). *Nouvelles approches pour le contrôle des flux touristiques sur des sites naturels*. Consulté le 4 avril 2022, sur <https://www.tourobs.ch/fr/articles/tourisme-durable/nouvelles-approches-pour-le-contrôle-des-flux-touristiques-sur-des-sites-naturels/>

Oertli, A., (2022, 20 janvier). *Erfahrungsaustausch Regulierung Wildcampieren* [diapositives].

Organisation Mondiale du Tourisme [OMT] (s.d.). Consulté le 30 mars 2022, sur <https://www.unwto.org/fr/sustainable-development>

Ordonnance concernant les districts francs fédéraux (ODF) du 30 septembre 1991 ; RS 922.31. Consulté le 16 février 2022, sur https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1991/2304_2304_2304/fr#a5

Ordonnance sur les règles de la circulation routière (OCR) du 13 novembre 1962 ; RS 741.11. Consulté le 16 février 2022, sur https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1962/1364_1409_1420/fr

Parcs nationaux (s.d.). Protection et réglementation. Consulté le 14 février 2022, sur <http://www.parcsnationaux.fr/fr/des-connaissances/protection-et-reglementation>

Pro Natura (s.d.). La nature et l'être humain. Consulté le 25 février 2022, sur <https://www.pronatura.ch/fr/nature-humain>

Rotan2 (s.d.). Produit N2. Consulté le 16 février 2022, sur <https://www.rotan2.pt/merchandise>

Simmenfälle (s.d.). Consulté le 1^{er} avril 2022, sur <https://www.simmenfaelle.ch/>

Sirost, O., (2011). Du campement au camping : une précarité désirée, *Techniques et culture*, 56(2), p.98-113.

Sirost, O., (2002). Habiter en camping-car ou l'art de se nicher dans le paysage, *Communications*, 73, p.49-64.

Sirost, O. (2001). Camper ou l'expérience de la vie précaire au grand air, *Ethnologie française*, 4(31), p.581-589.

Stellplatz Info (s.d.). Dieser Stellplatzführer lebt! Consulté le 1er mars 2022, sur <https://stellplatz.info/>

Touring Club Suisse [TCS] (s.d.). *Van Life : pourquoi le camping est-il tendance ?* Consulté le 27 octobre 2021, sur <https://www.tcs.ch/fr/camping-voyages/camping-insider/conseils/preparatifs/vanlife-tendance.php>.

Touring Club Suisse [TCS] (s.d.). *Low Waste Vanlife – déplacements durables en van*. Consulté le 21 février 2022, sur <https://www.tcs.ch/fr/camping-voyages/camping-insider/community/low-waste-vanlife-deplacements-durables-en-van.php>

Touring Club Suisse [TCS] (s.d.) *En camping-car à travers la Suisse*. Consulté le 12 février 2022, sur <https://www.tcs.ch/fr/camping-voyages/camping-insider/conseils/voyager-en-toute-securite/fascination-camping-car-liberte-sur-quatre-roues.php>.

Union Professionnelle de l'Automobile Suisse [UPSA] (2021, 19 mai). Le boom des camping-cars se poursuit. Consulté le 26 octobre 2021, sur <https://www.agvs-upsa.ch/fr/news/news-archiv/le-boom-des-camping-cars-se-poursuit-en-suisse>.

Uri Tourismus (2020, November). *Schlussbericht «TempCamp – Outdoor Sommer in Uri»*. Altdorf: Claudio Deplazes.

Van Life Explorer Schweiz (s.d.). Consulté le 30 mars 2022, sur <https://vanlife-explorer.ch/>

Visit Sweden (s.d.). Le droit de libre accès à la nature. Consulté le 15 février 2022, sur <https://visitsweden.fr/voir-faire/nature-activites-en-plein-air/nature/le-droit-de-passage-et-de-cueillette/>

Utilegukortid.is (s.d.). Campingcard – 2022. Consulté le 15 février 2022, sur <https://utilegukortid.is/product/utilegukortid-2021/?lang=en>

Wankmüller, D. (propos recueillis par P. Wuthrich) (2020, 9 juillet). Le camping fait boom. Migros Magazine. Consulté le 26 octobre 2021, sur <https://www.migros.ch/fr/Magazine/2020/camping-car.html>.

WWF France (2019, 15 juillet). Communiqué de presse : *cet été, le WWF France lance l'opération « I Protect nature » sur Instagram pour protéger les sites naturels de France*. Consulté le 28 février 2022, sur <https://www.wwf.fr/vous-informer/actualites/cet-ete-le-wwf-france-lance-loperation-i-protect-nature-sur-instagram-pour-protoger-les-sites>

Zahnd, R., (2022, 20 janvier). *Erfahrungsaustausch : aires de camping-car et camping dans le parc naturel du Gantrisch* [diapositives].

Zones de tranquillité (s.d.). Consulté le 16 février 2022, sur <https://www.zones-de-tranquillite.ch/wr300.php>

Déclaration de l'auteur

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : R. Järmann, C. Föhn, S. Allmeyer, F. Spichtig, C. Paillard, J. Rouget, N. Schmid, A. Oertli, M. Affolter, C. Moser, V. Janett, C. Casparis, F. Hoesli, R. Blumer, A. Kruker, L. Pignat, L. Bürki, V. Coray, M. Künzle, M. Stöckli, M. Friedli, P. Oggier, R. Zahnd.

Rolle, le 25 avril 2022



Marion Hazart