

www.culture-materielle.com

Le camping : les points d'appui d'une pratique de consommation ou la production d'une sociabilité idéalisée

Parution : 2010 (avec E. Sevin), La pratique du camping : en quête de vie sociale idéalisée, in Le touriste consommateur, Dir. A. Decrop, De Boeck, Bruxelles, 149-169.

Élodie SEVIN

Doctorante - IAE Lille
EREM/LEM - UMR CNRS 8179
Assistante de recherche - EDHEC Lille
e.sevin@laposte.net

Richard LADWEIN

Professeur des Universités - IAE Lille
EREM/LEM - UMR CNRS 8179
richard.ladwein@univ-lille1.fr

RESUME

Le camping change. Au centre des préoccupations médiatiques, nous nous efforçons de comprendre quelles sont les réalités sociales contemporaines de cette pratique touristique. Les résultats de cette recherche qualitative montrent que les usagers du camping entrent dans une quête d'une vie idéalisée en recomposant un quotidien où les liens sociaux ont une place centrale. Cette recherche est une contribution théorique aux travaux mettant en avant le caractère ordinaire que peut revêtir l'expérience. Le caractère « extraordinaire » n'est pas une condition sine qua non dans la production d'une expérience de consommation. Les individus ne sont pas systématiquement à la recherche de l'extraordinaire.

ABSTRACT

The campsite changes. In the center of media concerns, we want to understand which are contemporary social realities of this tourist practice. The results of this qualitative research show that the users of the campsite search a life idealized by recomposing one daily life where the social links have a central. This research is a contribution theoretical with studies proposing it ordinary character of experience. Individuals are not systematically in the search of extraordinary experience.

Le camping : les points d'appui d'une pratique de consommation ou la production d'une sociabilité idéalisée¹

1. INTRODUCTION

Exposition « Campinglamour » au Printemps à Paris², articles de presse, documentaires télévisés, incursions dans les journaux télévisés, succès cinématographiques³, formule séjour de la chaîne Yelloh! village⁴, le camping (re)deviendrait-il au centre des préoccupations touristiques voir « à la mode » ces derniers temps ?

Le camping est un mode d'hébergement touristique ancien apparu vers la fin du XIX^e siècle et le début du XX^e siècle. Les premiers campeurs étaient des intellectuels avides de nature (Poulain et Poulain 2005). Cette pratique s'est ensuite démocratisée grâce à la loi mythique des congés payés, établie en 1936 par le Front populaire sous l'égide de Léon Blum. La pratique du camping est ainsi intimement liée aux vacances, caractérisées par un temps libéré déchargé des contraintes économiques. La lecture historique et anthropologique du camping comme pratique touristique, révèle qu'à l'épreuve du temps, celle-ci a connu de profonds changements tant dans sa forme que dans son expression⁵. À une pratique naturelle, mobile, libre et sportive s'est substituée une pratique réglementée, structurée, relativement sédentarisée et outillée. Le développement des prestations de services initié par les structures de camping dans les années 80 a annoncé le glissement sémantique du « camping » à « l'hôtellerie de plein air » (Peroy 1996) et la progressive "marchandisation" de la pratique (Kopytoff 1986). « Le rêve du début de l'ère du camping commençait à s'éloigner » (Poulain et Poulain 2005, p.78).

Populaire par essence, au regard de son faible coût, le camping a longtemps été méprisé par les classes sociales supérieures qui ne le pratiquaient pas. Pourtant, de nombreuses études montrent qu'à ce jour le statut social de campeur n'est plus un élément clairement discriminant pour expliquer le choix de la pratique du camping. Une hétérocliticité des origines sociales des campeurs est une réalité statistique comme Chazaud et Dufour (1994) le montrent dans leur étude sur les terrains de camping en Ardèche. Raveneau et Sirost (2001) apportant une nuance : le camping attire largement les classes moyennes mais les classes supérieures, même si elles sont statistiquement présentes, lui préfèrent encore d'autres modes d'hébergement. On trouve donc des adeptes du camping dans toutes les catégories socioprofessionnelles, ce qui démet la représentation, largement relayée dans les médias et les œuvres cinématographiques, du camping comme pratique populaire (Sirost et Raveneau

¹ Les auteurs remercient Aurélie et Amandine étudiantes de l'IUP Marketing-Vente 3^{ème} année à l'IAE de Lille, pour leur aide à la collecte des données.

² L'exposition « Campinglamour » s'est déroulée au mois de mai 2006

³ Le film *Camping* de Fabien Onteniente 2006 avec Franck Dubosc, Gérard Lanvin, Claude Brasseur, Mathilde Seigner a brassé plus de 5 millions de spectateurs (5 070 242 spectateurs source : allociné.com CBO-Boxoffice). Site officiel du film : <http://www.camping-lefilm.com/site.htm>

⁴ Yelloh ! village est la première chaîne européenne de camping-villages, sous la forme de franchises, créée en juin 2000.

⁵ Les auteurs invitent le lecteur à se tourner vers l'ouvrage *L'esprit du camping* de Poulain et Poulain (2005) offrant un riche historique de la pratique du camping.

2000). Il est à noter que même si la vision du camping proposée par les médias, qui a largement nourri les représentations sociales sédimentées au fil du temps, n'est pas un reflet fidèle de la réalité sociale à un moment donné, ils s'en inspirent très sensiblement et deviennent le reflet approximatif des représentations sociales effectives (Hirschman 1988; O'guinn et Shrum 1997). Même si le cliché a la peau dure, nous tâchons de nous détacher a priori des différences de classes et logiquement des théories bourdieusiennes de l'habitus (Bourdieu 1979). Notre ambition est ici d'échapper à l'enfermement d'une lecture socialement segmentante de la pratique. Les catégories sociales comme point d'ancrage de la recherche ne semblent ici pas profitables à une production de qualité. Nous envisageons plus volontiers une possible hétérocliticité de l'horizon socioculturel des individus dans leurs activités de loisirs comme Lahire (2004) le développe en ce qui concerne les pratiques culturelles.

Avec un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros⁶ et 9 millions de pratiquants (6 millions de Français et 3 millions d'étrangers), l'offre française se décline sur 8840 terrains de camping étoilés et 1860 aires naturelles⁷. Elle constitue donc un secteur incontournable au cœur de la sphère touristique. Service sous le regard du praticien en marketing, le camping pourrait espérer de nouvelles perspectives de développement.

Les recherches qui se sont proposées de circonscrire la pratique du camping⁸ révèlent en finalité une quête d'agrégations sociales de la part des acteurs dans l'espace délimité du camping qui devient le lieu de l'établissement d'une nouvelle sociabilité (Chazaud 1994; Raveneau et Sirost 2001 ; Sirost 2001a et 2002 ; Poulain et Poulain 2005). Notre recherche s'inscrit dans la ligne de conduite de ces travaux adoptant toutefois comme point d'appui la dimension matérielle de la pratique, souvent peu appréhendée dans les précédents travaux, permettant ainsi de mettre en perspective des implications pertinentes pour les acteurs du secteur.

Dans une première partie, nous développons la construction de notre problématique de recherche. Puis, nous précisons le processus méthodologique idoine au développement problématique. Enfin, après une présentation des résultats émergents, nous concluons sur les implications théoriques et managériales de la recherche.

2. MISE EN PERSPECTIVE DE L'OBJET DE RECHERCHE

La convergence des travaux existant quant à l'établissement privilégié de liens sociaux dans la pratique du camping, nous amène à approfondir la mise en place de cette sociabilité. Plusieurs questions périphériques à la sociabilité sont abordées dans cette recherche.

Tout d'abord, nous cherchons à saisir le processus d'appropriation de la pratique du camping en général - comment l'activité s'organise - et des espaces de vie en particulier - comment les espaces se dessinent, comment les usagers s'approprient les espaces, cette appropriation étant la clé d'entrée de l'expérience (Ladwein 2003) et quel sens les usagers leur investissent. Partant, notre regard sera porté sur les méthodes des acteurs au sens ethnométhodologique du terme (Garfinkel 1984). Cette posture est intéressante dans une problématique touristique (Ladwein 2002) et qui de surcroît concerne une expérience. Plus

⁶ Ce chiffre comprend les prestations de services et le matériel associé au camping. Le secteur seul hors matériel génère un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros pour la saison 2002 (Duprez et Coudert 2004).

⁷ Source : Fédération française de camping et de caravaning, 2005, <http://www.ffcc.fr>.

⁸ Les travaux existants sur le camping sont principalement issus d'initiatives anthropologiques, historiques et sociologiques. A notre connaissance, la littérature marketing a laissé de côté ce champ d'investigation potentiel dans une optique touristique que nous réhabilitons aujourd'hui par l'intermédiaire de cette recherche.

précisément, nous nous efforçons de cerner les différents réseaux sociaux qui se dessinent - comment ils émergent et quels sont-ils. Par ailleurs, nous essayons de comprendre comment les acteurs se trouvent enrôlés par les réseaux sociaux qui se tissent autour de la pratique du camping - comment s'institue le lien social et quelle est sa nature ? Enfin, au regard de la "matérialisation" de la pratique du camping - au même titre que nos espaces de vie quotidiens - nous redonnons tout leur poids aux biens matériels en investiguant leur rôle dans la création de cette sociabilité. Ainsi, nous tentons de cerner l'articulation des objets par les acteurs et le sens qui leur est assigné, et plus largement les pratiques de consommation associées à la pratique du camping, en vue d'en comprendre de manière plus fine le rôle dans la création de cette sociabilité. Ce dernier point, nous oblige à préciser que notre approche du camping s'est concentrée sur les formes structurées - « marchandisées » - de la pratique en « terrain de camping collectif », excluant les pratiques de camping dit « sauvage ».⁹

Cette recherche tiendra compte que les actions ne peuvent prendre sens qu'en tenant compte de leur immersion dans un contexte historique et culturel précis (Arnould et Tompson 2005). Ainsi, le contexte économique du pays rendant compte de l'inflation de l'activité touristique a été appréhendé. Le coût du camping¹⁰ même s'il a fortement augmenté reste en dessous des autres modes d'hébergement touristiques et reste pour les acteurs quelle que soit leur catégorie socio-professionnelle, un argument qui intervient à un moment ou à un autre dans leur discours. De la même manière la loi dur la réduction du temps de travail a largement modifié la sphère des loisirs en général et touristique en particulier, en fractionnant la durée des séjours (Viard 2002).

3. CHOIX METHODOLOGIQUE

3.1. Logique de l'investigation méthodologique

La problématique précédemment énoncée nous mène à un choix méthodologique teinté de pluralité qui invite à s'insérer dans les interstices du quotidien pour aboutir à une connaissance fine des comportements de consommation. La recherche ici entreprise s'inscrit dans une démarche compréhensive et interprétative des logiques et représentations façonnées par les acteurs dans le jeu social (Hirschman et Holbrook 1992; Holbrook et O'Shaughnessy 1988; Sherry 1991). La parole et les pratiques des acteurs sont considérées comme révélatrices d'une réalité perçue (la leur) et socialement construite. Le chercheur s'engage dans la recherche des sens multiples et contradictoires de toutes actions.

Notre logique d'investigation méthodologique est de nature inductive, inspirée de la théorie enracinée ou « grounded theory » développée par Glaser et Strauss (1967)¹¹ et pertinente dans l'approche des comportements de consommation (Goulding 1998). De ce fait,

⁹ Au détour de notre objet de recherche, d'autres voies pourraient être investies et nous en sommes conscients. Notons par exemple les nouvelles formes de pauvreté et de précarité sociales qui usent de cet habitat dans une utilisation *atouristique*, provisoire et subie. Toutefois, bien que ces questionnements sont on ne peut plus pertinents, les contours de notre objet sont ici tout autre. Notre intention est de questionner une pratique dans sa dimension touristique et d'en dé-construire les éléments constitutifs pour en re-construire le sens.

¹⁰ Pour un couple avec 2 enfants, le coût moyen d'une nuit sera de 9 euros pour un terrain de camping 1 étoile, 10 euros pour un terrain de camping 2 étoiles, 14 euros pour un terrain de camping 3 étoiles et 20 euros pour un terrain de camping 4 étoiles (Source <http://www.ffcc.fr>, in Duperz et Coudert 2004).

¹¹ Les principes de la « grounded theory » ont été (re)précisés beaucoup plus tard par Strauss et Corbin (1998).

la présente recherche part de l'objet considéré, la pratique de camping, inscrit dans sa réalité, pour produire une construction théorique du phénomène étudié.

Considérer l'individu sous des angles différents (biographique et structurel) et articuler plusieurs niveaux de lectures permettent de saisir à la fois les dynamiques macro-sociales et les subjectivités individuelles. À ce titre, Dubar (2006) se plaît à citer Mauss et son « expliquer plus pour mieux comprendre ». De ce point de vue, il est aisé d'ajouter que certaines limites des méthodologies investies vont « s'auto-pallier ». Ainsi, un double face à face avec le terrain a été envisagé, occasionnant des données de nature diverse.

3.2. Recueil des données

Deux instruments de collecte de données ont été retenus par les auteurs : l'entretien individuel et l'observation (participante et non participante)

Parce qu'on ne peut se passer des mots des acteurs qui deviennent des informateurs de leurs propres pratiques, un premier niveau porte sur l'analyse de 23 entretiens ethnographiques d'individus âgés de 17 à 40 ans, (médiane d'âge à 28 ans), pratiquant régulièrement ou ayant déjà pratiqué le camping. L'échantillon est détaillé en annexe A1. Les entretiens étaient soit individuels soit de couples. L'échantillon qui s'apparente à un échantillon théorique est construit sur une variation d'âges et de catégories socioprofessionnelles. L'objectif est d'obtenir une diversité des cas sans chercher une représentativité statistique mais plutôt une représentativité qualitative (Glaser et Strauss 1967; Thompson 1996). Les entretiens ont été menés à l'aide d'un guide d'entretien¹² par deux interviewers¹³, en face à face, au domicile des répondants, entre janvier et mars 2004. Les entretiens ont été enregistrés puis intégralement retranscrits, de manière littérale, en conservant le plus fidèlement possible le caractère oral des propos, se donnant ainsi à lire comme ils ont été enregistrés (Dubar et Demazière 1998).

Un second niveau d'investigation méthodologique a été entrepris. Il consiste en une observation in situ des pratiques du camping¹⁴. En effet, pour reprendre les termes de Penneff (1992, p.233), l'observation est particulièrement appropriée pour une enquête sur les « comportements qui en sont pas facilement verbalisables ou qui le sont trop ». L'observation permet d'approcher les interactions sociales dans leur cadres naturel de production et d'occurrence. Elle permet en outre de pallier les réponses convenues (Arborio et Fournier 1999) et permet de s'insérer dans un quotidien et de s'en approprier les réalités visuelles et auditives. Plus précisément, l'observation permet de rendre compte de la façon dont les individus lient des rapports interpersonnels au quotidien. L'observation in situ apporte un autre point de vue qui permet de saisir les subtiles contractions entre le discours et le sens produit par les enquêtés et les pratiques effectives sur le terrain. La confrontation des données de différentes natures en vue de leur réduction enrichit le codage. Le choix des terrains de camping observés a été fait de manière à obtenir une diversité en termes d'étoiles, de taille, et de type d'abris « autorisé ». Incidemment, cette diversité a eu une répercussion sur les catégories socioprofessionnelles des campeurs rencontrés. Ce second niveau permet d'enrichir

¹² Le guide d'entretien présente une orientation modale plutôt que causale, le pourquoi fait-on du camping est moins important que le comment on fait du camping, le comment permettant bien souvent d'éclairer le pourquoi. Le guide d'entretien a une vocation pratique dans le déroulement de l'entretien (Dubar et Demazière, 1998). Il permet de baliser les thématiques à investir systématiquement, les interviewers se réservant le droit de rebondir sur des points plus personnels aux répondants pouvant apporter un éclairage potentiellement nouveau.

¹³ Kaufmann (1996) note à ce sujet que la délégation partielle de la conduite des entretiens comporte des avantages notamment celle d'obtenir un matériau plus riche.

¹⁴ Les auteurs ici ne développeront pas davantage la problématique de la position du chercheur en situation d'observation. Nous nous contenterons de noter que même si l'observant a déjà pratiqué le camping pour sa cause personnelle, il s'est efforcé de proposer un regard neuf sur une pratique déjà connue.

la dimension discursive appréhendée par les entretiens révélant la réflexivité des individus sur leurs pratiques (Corcuff 1995). Il semble important à nos yeux de pratiquer les espaces autant que de les observer. Une première phase d'observation a donc été réalisée en Corse en août 2005. Elle a consisté en une observation participante dans trois terrains de camping sur une durée totale de 9 jours, avec tenue d'un carnet de notes simultanément et consécutivement à l'action. Le chercheur a ici pratiqué l'espace étudié et s'est inséré à la vie du camping. Une seconde phase d'observation cette fois non participante a été réalisée en août 2006. Deux terrains ont été observés dans une approche non participante. Une demi-journée dans chaque camping a été autorisée par la direction¹⁵. Durant ces heures d'observations des notes ont été prises, celles-ci ont été enrichies consécutivement à la phase d'observation. En outre, des entretiens informels ont été menés avec la direction des campings et avec des « résidents » afin d'enrichir les entretiens déjà réalisés et de recueillir une parole des actants *in situ*. Enfin, dans une moindre mesure, le chercheur a eu recours à la photographie afin de cristalliser certaines pratiques pouvant échapper à l'œil du chercheur en s'efforçant de ne pas la reléguer au simple rôle d'illustrateur mais en la conviant au même rang que les autres données (Dion et Ladwein 2005) en vue d'alimenter le dispositif de la preuve. Les caractéristiques détaillées des terrains de camping observés sont présentées en annexe A2.

3.3. Analyse des données

L'analyse de l'ensemble du corpus disponible (entretiens et notes d'observation) a été menée conformément à la démarche inductive. Ainsi, un codage manuel a été élaboré de manière à épuiser et stabiliser progressivement les données en catégories de sens. Ces dernières ont été confrontées à la littérature existante et reliées entre-elles pour faire émerger la théorie (Glaser et Strauss 1967 ; Spiggle 1994 ; Strauss et Corbin 1990). Le recours à un échantillon théorique et des observations de nature variée prend ici tout son sens, car il permet de saturer la construction théorique établie. L'analyse vise à révéler les sens cachés et le « système de pratiques », les pratiques elles-mêmes et ce qui les relie (Blanchet et Gotman 1992).

L'analyse a permis de faire émerger trois points de saillance quant à la pratique du camping. Tout d'abord, la découverte de l'activité puis son appropriation et enfin, la création d'un réseau de sociabilité et l'avènement du lien social.

4. COMMENT LE CAMPING VIENT AUX USAGERS

Quel que soit le canal par lequel arrive la pratique du camping à l'utilisateur potentiel, celle-ci est toujours chargée d'un imaginaire social fort.

4.1. Une transmission transgénérationnelle privilégiée

Les enquêtes laissent entrevoir différentes approches de l'activité de camping. Une première approche est le résultat d'une transmission transgénérationnelle, la plus souvent

¹⁵ Les campings ont été choisis « en zone estivale hautement touristique ». Ce choix pertinent pour apprécier pleinement la structuration de la vie en camping a un inconvénient majeur subi par les auteurs : l'occupation maximale des emplacements rend méfiantes les directions a laissé des individus observés leurs clients.

directe, des parents (ascendants) vers les enfants (descendants). Les enfants font alors l'objet depuis leur plus jeune âge d'un apprentissage du camping et en incorporent ainsi les schèmes parentaux quant à la manière de le pratiquer. S'instaure alors un transfert de significations s'appuyant sur les modalités de la théorie de l'habitus (Bourdieu 1979).

« *La première fois c'était avec mes parents. On a toujours fait du camping. Toujours le camping. Moi ça fait plus de 40 ans que je fais du camping. Je ne suis jamais partie autrement enfin en juillet août je parle.* » [Danièle 45 ans professeur]

Le camping est alors pleinement intégré au souvenir du groupe familial. Un attachement profond lie les individus à la pratique voire même au lieu de campement si ce dernier est régulièrement fréquentés. Fabrice (46 ans) va depuis son enfance dans le même camping au même emplacement et ne se voit pas changer d'endroit. La pratique du camping réintroduit de manière perpétuelle l'individu dans sa propre histoire. À l'âge adulte, les ex-enfants initiés par leurs parents adoptent deux comportements, la continuité ou le rejet de la pratique¹⁶. Cette initiation peut aussi à l'âge adulte être l'œuvre d'un pair comme le conjoint ou le couple d'ami. Une deuxième approche du camping, toutefois dans une moindre mesure, émerge. Elle est le résultat des services locatifs (i.e. de bungalows ou de mobiles home) proposés par les terrains de camping qui attire une clientèle habituée des locations d'appartements.

4.2. Un imaginaire social fort

Lorsque l'activité du camping arrive à l'individu comme mode d'hébergement potentiel, elle n'est pas neutre, mais s'accompagne d'un pré formatage du vécu à venir. En effet, l'imaginaire social autour du campeur est très fort. Le camping est l'objet d'un certain nombre de représentations sociales entendues comme « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social » (Jodelet 1989, p.36).¹⁷ Ces images et croyances vont donc stigmatiser le groupe (Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot 1997). Le langage dans sa pratique quotidienne est un espace de diffusion immédiate des stéréotypes (Urbain 1991). Le relais médiatique ne fait qu'accroître la transmission, la pérennité et la force des représentations sociales. L'espace-temps médiatique va mettre en forme un ensemble de signifiants qui concourent à la construction d'un réel chargé non d'exactitude mais de symbolique par la construction de représentations (Tavernier 2004). Les représentations sociales tissées autour de la pratique se retrouvent dans le discours de nos enquêtés. Cinq éléments émergent au fil des discours de manière récurrente. Premièrement, *le retour à la nature* est intégré à la pratique. Ce désir profond d'habiter la nature (Sirost 2001b) est entendu comme un retour aux sources et aux joies simples de la vie. Même si de tout temps, les individus ont usé d'une science du campement, le camping est une invention récente qui repose sur la possibilité de renouer des liens avec l'ordre naturel qui se perd dans l'industrialisation et l'urbanisation des espaces de la société occidentale (Sirost 2001b ; Poulain et Poulain 2005). Les récits mythiques où le héros épouse la nature (e.g. Robinson Crusoé, Jules Verne) mettent en scène la vie au grand air (Sirost 1999). La naturalité est légitimée par la notion de vie en plein air caractéristique de l'habitat de camping qui impose un certain nombre d'activités en extérieur (e.g. les repas). La vie en plein air offre au camping

¹⁶ Ce rejet semble souvent lié à l'ascension sociale de l'enfant.

¹⁷ La théorie des représentations sociales ne renvoie pas systématiquement au versant négatif et dépréciatif de l'objet représenté tels que pourraient le faire les notions de stéréotypes ou de clichés (Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot 1997).

une part d'authenticité, « la vraie vie ». En outre, la naturalité est appuyée par la proximité avec la mer de certains terrains de camping, ce qui alimente de surcroît l'imaginaire de robinsonnade (Raveneau et Sirost 2001). Le second élément associé au camping est la *liberté* de l'action, « pouvoir faire ce qu'on veut quand on veut ». Le sens temporel octroyé à la liberté est infiniment lié au rapport particulier au temps en vacances qui est un « temps social ipsatif » (Dumazedier 1990, p.193) (i.e. pour soi, opposé au temps social contraint), dégagé d'une équivalence monétaire fonction de l'activité salariale. « Les vacances, c'est le temps où l'on maîtrise son temps » (Chambat 1990, p.203). La liberté de se créer sa propre quotidienneté et la liberté d'être ou pas en interaction avec les autres.

« On a essayé les pensions mais c'est pas pareil, il faut descendre déjeuner à une certaine heure et puis le soir quand tu rentres, tu vas dans ta chambre, tu fais ta toilette et puis après t'attends 7h pour aller manger. » [Jacqueline 58 ans, mère au foyer].

La *mobilité* géographique est également revendiquée, dans le sens du « pouvoir découvrir toute la France et changer d'endroit si on en a envie ». Le faible coût reconnu de la pratique Enfin, la *convivialité* parce que le camping sous-entend une intégration dans un univers collectif. Le caractère populaire, plutôt dépréciatif, est exclu des discours des enquêtés. À ce titre, les enquêtés de catégories socioprofessionnelles les plus élevées ne cessent de justifier le mélange socioculturel sur le terrain de camping afin de s'extraire d'une représentation sociale qui reste peu flatteuse.

5. COMMENT LES USAGERS S'APPROPRIENT LA PRATIQUE DU CAMPING

Le socle commun formé par les représentations sociales du camping devient alors un terrain de « braconnage » idéal, au sens de de Certeau (1990) pour la construction du sens par les usagers¹⁸.

5.1. Discours et pratiques : un antagonisme révélateur

Comme la plupart des déplacements touristiques à l'occasion des périodes de vacances, le camping occasionne une rupture de l'espace et du temps avec la vie telle qu'elle est quotidiennement vécue (Raveneau et Sirost 2001). L'individu se voit en effet libéré de certaines contraintes (e.g. professionnelles et domestiques) qui lui imposent un rythme temporel et spatial. L'analyse des entretiens révèle une grande différence entre les discours et les pratiques effectives. Les discours relaient largement les noyaux de sens issus d'une certaine représentation sociale du camping. Comme nous l'avons vu précédemment la naturalité, la mobilité, la liberté et la convivialité sont au cœur des discours. Dans la réalité, ces ruptures tendent à être atténuées par les usagers à des degrés différents. Les usagers produisent alors un ailleurs familier, un nouveau quotidien.

L'analyse des entretiens révèle que deux approches peuvent être discutées quant à ce présumé antagonisme. D'une part, la possibilité de ce que la pratique puisse être. La pratique peut être mobile, libre, naturelle. Même si elle ne l'est pas, elle peut l'être. La réflexion est ici chez l'utilisateur de l'ordre du *champ des possibles*. D'autre part, la rupture entre discours et pratiques est la conséquence d'une construction personnelle du sens attribué à la pratique. Ainsi, les enquêtés trouvent dans leur pratique du camping telle qu'ils la vivent et la

¹⁸ Le terrain offre à cet égard des antagonismes entre discours et pratiques qu'il convient pour les chercheurs de dépasser.

construisent leur propre référent et approche de la mobilité, de la naturalité et de la liberté.

5.2. La (re)construction du quotidien ordinaire

Les enquêtés inscrivent dans les termes « mobilité, nature, liberté » leur propre sens, même si celui-ci est déconnectée de la réalité sémantique des termes. En effet, l'utilisateur va opérer une transformation du sens qu'il donne à ces actes et les objets vont les y aider. Dans ce sens, la liberté laisse place à un quotidien qui se réimpose.

« Le matin quand on se lève, bon le plus tard qu'on se lève c'est 9h. À 9h, on va manger aussitôt. Après, on se lave et on va faire nos courses. Et ...c'est par exemple 9h, le déjeuner, la vaisselle faite, tout est rangé. Après ça va être midi, midi dix. Mais ça va pas plus loin...parce qu'après on est vraiment trop en décalé. Et pis après c'est 19h, 19h10. Ca reste bon euh...on est pas à une demi-heure près si on mange à 19h30 ça sera une exception, c'est qu'on aura été quelque part. »
[Geneviève, 57 ans, retraitée aide soignante]

On se recrée des habitudes et un rythme quotidien à partir d'une orchestration des activités domestiques et des activités de loisirs plus ponctuelles en lien avec le cadre du lieu d'implantation du terrain de camping (marchés locaux, jeux de boules, de cartes...). Même si certaines activités semblent calquées sur le quotidien ordinaire, la différence réside dans la notion d'un temps choisi et délibéré (Sansot *et alii*. 1978)

Par ailleurs, la naturalité est dépassée par une rematérialisation qui s'oppose à la dématérialisation caractéristique de la vie précaire en camping nécessitant l'usage d'astuces diverses (Poulain et Poulain 2005). Les usagers semblent ne pas s'accommoder des inconvénients de la nature. La nature est investie d'une production industrialisée.

« On a tout le confort [...] on a un gros frigidaire, un gros four, voyez tout ça, tout pour faire la cuisine normalement euh... On a aussi la télé, le magnétoscope. » [Pascale, 44 ans, CPE lycée]

Souvent cette matérialisation se fait progressivement au fur et à mesure de la pratique « Petit à petit on s'organise. » nous dit Geneviève (57 ans, retraitée aide soignante). Elle s'appuie alors sur les préceptes de l'apprentissage social, reposant sur le principe de mimétisme (Bandura 1976).

« On a commencé simplement à se promener dans le camping. On s'est rendu compte qu'il y avait des gens qui avaient une caravane pliante en toile et ça nous a intéressé. » [Danièle, 45 ans, Professeur]

Les usagers éprouvent le besoin de se recréer un chez-soi quelle que soit la forme de son « abris ». Comme le dit Pascale (44 ans, CPE lycée) en parlant de son lourd équipement matériel, « tout est là, au cas où ». Les usagers opèrent un fractionnement de leur espace de vie pour recréer les espaces du quotidien (e.g. espace de repas, espace cuisine, espace du sommeil). Les objets vont naturellement être redistribués dans ces espaces en fonction de leur usage. Partant, Urbain parle très justement de « *payement* » (1994, p.232) plus que de *dépayement*. Il s'agit de familiariser l'ailleurs, de réduire la distance entre ici et ailleurs. Les caravanes et les mobiles home revêtent leur appareil de maisonnée. Faux toit de tuiles, faux volets, jardin soigné sont autant d'empreintes qui donne à l'abris de loisir les traits physiques d'une maison.

La mobilité se substitue à une sédentarisation de la pratique. « *Ça fait bien 15 ans maintenant ça fait bien 15 ans qu'on va en Bretagne (ndrl dans le même camping)* » [Anne-Marie 66 ans retraité ancienne animatrice Tupperware]. Le cycle de vie familiale participe à cette sédentarisation de manière progressive. Ainsi, le couple se veut plus mobile que la famille plus sédentaire changeant souvent dans le même temps la forme de son abri (de la tente à la caravane). Le « gardiennage » de caravane fait tomber la pratique dans sa forme

sédentaire la plus extrême.

« Avant, on tractait la caravane, maintenant on la laisse sur place. On la laisse en gardiennage sur place. Bon ça nous oblige un peu à rester dans le même coin, hein. On va en Bretagne, ça fait 15 ans maintenant...ça fait bien 15 ans qu'on va en Bretagne. Autrement, on allait aussi bien dans l'Ardèche, une année on disait bah tiens on va aller dans le Midi...on va aller à l'Île d'Oléron...Et maintenant, la caravane elle est stationnée en Bretagne, donc c'est tout, on reste là-bas. » [Anne-Marie, 66 ans, retraitée ancienne animatrice Tupperware]

Finalement, la sédentarisation de la pratique du camping lui octroie un statut de villégiature au sens d'Urbain (1991, p.29) comme un « transfert provisoire de sédentarité », un simple changement de résidence auquel on soustrait les objectifs d'un voyage touristique. Le titre de propriété de la parcelle occupée octroyé à certain usager accentue ce statut de villégiature. Le lieu d'hébergement devient alors le « centre de gravité » (Urbain 1991, p. 30) des vacances. L'activité de camping se réfère à une « sédentarité d'agrément, un loisir qui préfère l'arrêt au mouvement, le repli à l'exploration et la station au tour » (Urbain 1991, p. 8). Il convient de préciser que cette sédentarisation peut être interrompue par une forme d'excursionnisme défini par Urbain (1991, p.108) comme « une expérience touristique momentanée, une péripétie nomade intégrée à un tribalisme vacancier sédentaire ». L'utilisateur s'éloigne alors de son objectif touristique aux prétentions de découvertes culturelles¹⁹. Le sens que l'utilisateur donne à sa propre expérience du camping est largement relayé par le type d'abri qu'il choisit. Tente, caravane, mobile home²⁰ livrent sur leur usager leur propre interprétation de la pratique du camping.

Le terme camping²¹ est spontanément utilisé par tous les usagers quelle que soit la forme de l'abri choisi. Les usagers se sentent tous campeurs. Becker (1998) souligne que dans la théorisation d'un phénomène social, la manière de nommer ou de faire exister le phénomène dans la langue est essentiel à sa compréhension. Les acteurs s'approprient les termes langagiers pour fabriquer leur propre sens avec plus au moins de liberté. Derrière le mot camping, chacun y voit son propre sens en fonction de son expérience personnelle vécue.

Les usagers donnent à leur pratique un sens quasi exotique de déplacement vers l'ailleurs. Pourtant, ce n'est pas tant le dépaysement géographique que le « dépaysement social »²² qui fait le poids ici.

6. LA CREATION D'UNE SOCIABILITE IDYLLIQUE

Par nature, le camping n'est pas une pratique solitaire, le terrain de camping se prévaut d'être un espace où se pratique la cohabitation²³. Le camping repose sur un consensus inconsciemment partagé, une sorte de contrat social sous-jacent, celui des interactions sociales. Partant, le terrain de camping devient un espace de sociabilité²⁴ où des réseaux se

¹⁹ Lisons ici la ligne directrice de la définition de tourisme proposé par d'Urbain (1991).

²⁰ Les auteurs laissent de côté le camping-car qui s'inscrit dans une autre optique de recherche.

²¹ Les auteurs précisent ici la définition littérale du camping dans une acception juridique : « mode de séjour touristique ou sportif consistant à vivre sous la tente, dans une caravane, un camping-car, en utilisant un matériel adapté à la vie en plein air » (Duprez et Coudert 2004, p.11).

²² Raveneau et Sirost (2001) reprennent cette notion de dépaysement social pour expliquer l'entassement dans les campings de certains littoraux.

²³ Les auteurs renvoient ici à la cohabitation sociale mise à jour par Augé (1986) dans son ethnographie du métro parisien.

²⁴ La sociabilité est ici entendue à partir des travaux fondateurs de Georg Simmel, comme l'interrelation qui se développe avec l'autre, aux multiples échanges rencontres entre parents, amis, voisins et relations de toutes sorte (Mercklé 2004).

créent ou se consolident.

6.1. Les conditions d'accès à la sociabilité

La sociabilité qui s'institue dans la pratique du camping est rendue possible grâce à la mise en place de certaines modalités.

Dans un premier temps, la rupture spatiale et temporelle occasionnée par la configuration *vacances* de la pratique est le point de départ de cette nouvelle sociabilité (Raveneau et Sirost 2001). En ce sens, le voyage, entendu ici comme le transport vers le terrain de camping, est un passage obligé pour marquer physiquement et géographiquement la rupture avec la vie quotidienne (Ladwein 2002).

Dans un second temps, la configuration spatiale du terrain de camping est la clé de voûte de la création de cette sociabilité. Le terrain est un espace délimité, occasionnant un intérieur et un extérieur au camping. L'espace du terrain de camping est à son tour structuré en parcelles. Mais cette ségrégation de l'espace est différente de l'ordinaire car la sphère privée à l'intérieur (non visible) côtoie la sphère publique (visible et propice aux interactions sociales).²⁵

L'espace de vie se veut moins cloisonné, moins de barrières au sens propre (i.e. pas de cloisons « en dur ») comme au sens figuré (i.e. moins de barrières sociales). Les usagers peuvent facilement accéder l'un à l'autre.

« *T'as pas à frapper chez les gens.* » [Anne Charlotte, 25 ans, étudiante]

La présence d'espaces de vie en commun tels que les bacs à vaisselle, les sanitaires, le bar, sont autant de lieux qui sont le point d'appui de la création de cette sociabilité.

Les usagers construisent dans leurs propos une métaphore urbaine du camping qui devient une ville où la sociabilité investit profondément les espaces privés comme publics. Plusieurs enquêtés qui usent d'une pratique sédentaire du camping utilisent l'expression « la maison » pour désigner leur caravane ou mobile home, avant de se reprendre.

« *Puis on repart à la maison (rires) enfin à la maison (rires) à la caravane quoi !* » [Danièle, 46 ans, comptable]

Ces propos montrent un profond attachement aux lieux. L'utilisateur devient un *résident* du camping. Les autres deviennent des *voisins*. Un brassage social est rendu possible par la structure de l'espace du terrain de camping - contrairement à l'espace urbain où il est limité - mais ce brassage n'est pas toujours le bienvenu.

Ensuite, la mise en parenthèse du statut quotidien (e.g. activité professionnelle) est indispensable. Ainsi, à son arrivée au camping, l'utilisateur revêt son « uniforme » qui lui octroie son statut de campeur (Solomon 1985). La tenue vestimentaire en rupture avec le quotidien est fonction des activités instituées au sein du camping. Conventioonnée, elle oscille généralement entre le décontracté et la légèreté²⁶ (moins encombrant à transporter et plus propice en cas de chaleur). Cette tenue fait d'ailleurs partie intégrante des représentations sociales du campeur. Le terrain de camping devient un espace social, où les frontières de classes s'estompent par la tenue vestimentaire²⁷. La tenue va être le point d'appui physique et matériel d'une horizontalisation de la hiérarchie sociale.

²⁵ L'espace est fréquemment soumis à cette mise en forme bipolaire et antithétique (Sansot *et alii.* 1978) du privé et du public.

²⁶ Les auteurs ne développeront pas davantage la thématique du dévoilement du corps, et invitent le lecteur à se référer à Kaufmann (1998).

²⁷ Cela favorise la mixité sociale dans les contacts initiés. Pourtant, les auteurs ici se permettent de rappeler que le principe d'homolalie développé par Héran (1989) - nos interlocuteurs tendent à voir les mêmes

« Les barrières tombent, les gens vivant tel qu'ils sont [...] y'a même plus la tenue du camouflage, y'a même plus de tenue vestimentaire. » [Jean-Pierre, 55 ans, professeur des écoles]

Le camping peut donc être renvoyé à un espace où se crée une forme d'« anti-structure » sociale, la *communitas* telle que la nomme Turner (1990) Ainsi, dans une démarche comparative, Turner met en avant le bouleversement de l'ordre social d'un groupe pris dans la phase liminale d'un rite par rapport à celui de la société habituelle. Des liens peuvent se créer hors des hiérarchies et des rapports sociaux ayant normalement lieu dans le groupe social.²⁸. Les rites réalisés au cours de cette phase visent à remplacer le modèle principal des relations humaines, c'est-à-dire celui d'un système structuré souvent hiérarchique et classificatoire, par un autre modèle où les distinctions et les distances entre les personnes ou les groupes sont annulées. En fait, l'individu durant cet entre-deux a un statut ambigu car il n'appartient plus à son statut antérieur mais n'a pas encore son statut ultérieur. Périer (2000) lui dénonce l'utopie égalitaire du temps des vacances qui permet le passage du statut socialement déterminé (i.e. avec ses effets de classes) au statut unique de vacancier.

Enfin, l'usager doit respecter certaines normes comportementales du vivre ensemble : être aimable, ne pas faire trop de bruit, respecter les individus environnants (Poulain et Poulain 2005) au prix d'une exclusion de toute forme de sociabilité. L'intégration sociale et l'acquisition du statut de campeur passe par l'intériorisation des normes et par l'inhibition des comportements « déviants » pouvant mettre en péril la vie dans le camping. Un enrôlement dans la pratique est possible grâce à la présence des autres campeurs. Le regard de l'autre agit comme contrôle de la norme. Mais ce regard porté sur l'autre (e.g. ses gestes, sa tenue, son occupation de l'espace) co-construit un nouveau système de normes et permet une perpétuelle actualisation. De nouveaux comportements comme l'équipement matériel lourd (e.g. réfrigérateur, télévision) sont ainsi normalisés.

Nous pourrions enfin ajouter que le gestionnaire du camping - et les employés du camping - semble avoir un rôle instituant dès l'entrée dans le camping, l'ambiance qui y règne.

6.2. Un enchevêtrement de différents réseaux sociaux

Le camping est une scène privilégiée dans la création ou la consolidation de réseaux sociaux multiples. Trois réseaux principaux de sociabilité peuvent être dégagés du terrain de recherche : le cercle familial – restreint qui vit sous le même toit ou celui plus large qui se retrouve dans le même camping, les « amis » campeurs que l'on côtoie régulièrement au quotidien ou depuis plusieurs années et les autres campeurs. Ils sont fonction de l'intimité et de la proximité investies dans le lien social et se juxtaposent dans le déroulement de la pratique.

Tout d'abord, le camping permet de *réactiver* et de *resserrer les liens au sein de la parentèle*. En effet, la cellule familiale va se retrouver dans un quotidien dispensé des temps professionnels et éducatifs de chacun. Ainsi, la plupart des repas se font en famille, certaines activités de loisirs sont organisées pour se retrouver et les contraintes domestiques du quotidien même si elles persistent, « c'est des vacances mais il faut quand même faire le ménage, les courses, la lessive » (Jacqueline 58 ans, mère au foyer). Ces activités domestiques sont souvent vécues de manière positive, devenant des activités plaisantes.

« J'aime bien faire la vaisselle là-bas, ça discute, des fois ça chante, je chante aussi. » [Pascale, 44 ans, CPE dans un lycée]

caractéristiques sociales que nous - même s'il est mineur dans la pratique du camping peut dans certain cas être valable.

²⁸ in Segalen (1998), p.36.

Par ailleurs, elles sont le plus souvent partagées entre les membres de la famille. À ce titre, une répartition plus égalitaire des tâches domestiques a lieu entre les membres de la cellule familiale, les maris font la vaisselle alors qu'ils ne la font jamais dans l'année.

« C'est Jean-Luc qui fait la vaisselle, il a horreur de ça, même ici il ne lave pas une petite cuillère, mais là-bas il lavait. » [Laurence, 38 ans, comptable]

Il faut ici noter une certaine utopie dans cette égalité des sexes, les femmes conservant une part plus importante que les hommes dans la tenue du ménage, notamment pour l'entretien du linge dont les femmes se chargent quasi systématiquement en vue de préserver une certaine « réassurance de l'identité sexuée » (Kaufmann 1992). Finalement, le « resserrement des individus autour du noyau familial est tel qu'il « peut suffire en soi à définir l'intérêt du séjour » (Périer 2000, p.71). Le désir de vacances se confond alors avec le désir d'être ensemble (Périer 2000).

Autour des liens familiaux, vient ensuite s'adjoindre une *sociabilité de voisinage*. Par dessus tout le camping est associé au fait de « faire des amitiés. » (Anne-Marie, 66 ans, retraitée ancienne animatrice Tupperware) Cette sociabilité de voisinage peut se subdiviser en fonction de l'intensité et de la fréquence des liens sociaux investis. Nous opérons alors une hiérarchie dans le réseau social, distinguant les connaissances (souvent voisins directs), les amis (ceux qu'on connaît depuis longtemps) qui forment des sous-groupes de la communauté formée par l'ensemble des usagers du terrain de camping. Les enfants vont souvent être moteur dans l'établissement des liens, ils font le pont entre les parents.

« Si y'avait pas eu les enfants, je pense pas que euh...on se serait connu. On se serait dit bonjour, bonsoir mais c'est tout. » [Anne-Marie, 66 ans, retraitée ancienne animatrice Tupperware]

Par ailleurs, la forme de l'abri peut être un point de modération des relations sociales. En effet, les mobiles home qui sont davantage cloisonnés forment une barrière aux relations sociales.

6.3. La mise en scène de la sociabilité

La sociabilité est mise en scène au cours d'activités collectives, rendues possible par le vivre ensemble.

Tout d'abord, l'activité communicationnelle verbalisée en tant que forme d'échange social va initier puis entretenir le lien social institué. Les usagers entrent ainsi fréquemment en activité communicationnelle quel que soit le réseau de sociabilité sollicité. La nature du contenu informatif des échanges conversationnels est moins importante que le lien qu'ils établissent. Ainsi, les thèmes développés dépassent rarement les formules de courtoisie et le récit des activités quotidiennes ou des « petites histoires du camping ».

Ensuite, les tâches domestiques comme la vaisselle, le lavage du linge, la toilette se collectivisent et offrent un terrain favorable d'expression des interactions sociales.

« Aux bacs justement, tu fais la vaisselle, tu rencontres des gens, tu papotes. » [Anne Charlotte, 25 ans, étudiante]

L'arrivée croissante des mobiles homes sur les terrains de camping semble être pour certains usagers un frein à la sociabilité. En effet, les mobiles homes bénéficient d'un équipement lourd (sanitaires, cuisine équipée) qui ôte tout moment potentiellement socialisant. Ainsi, nombreux sont les répondants qui ont à un moment ou à un autre critiqué les individus « parqués » dans leurs mobiles home.

Les moments « culinaires » tels que l'apéritif ou les repas vont également jouer un rôle majeur dans la mise en scène du lien social (Poulain 2002). Peu importe alors la qualité

gastronomique de ce qui est mangé. La table s'instaure comme un temps fort dans la pratique (Sansot *et alii.* 1978). Le repas ou l'apéritif sont encadrés par un système normatif très précis. Un système de dons et contre dons, contenant la triple obligation de donner, de recevoir et de rendre (Mauss 1925 [2001]), s'exprime ici, sous la forme d'invitations et de retour d'invitations. Une économie de partage émerge, chacun participe à son niveau. Les aliments deviennent le support d'une transaction sociale. La nature de cette sociabilité est plutôt hédoniste, légère et festive.

« On a organisé des apéritifs, comme on avait des personnes de chaque région on avait des spécialités comme à Serre ma mère faisait des crêpes du Nord, le Marseillais de la soupe. On mettait des grandes tables, l'apéritif commence à 19h et ça finissait à minuit. On dansait c'était super. »
[Didier, 45 ans, ouvrier]

Enfin, les activités de loisirs partagées mettent en scène cette sociabilité. Jeux ou concours de pétanque, rendez-vous à la piscine ou aux soirées animées sont autant d'occasion de partage.

Les contours d'une expression rituelle se dessinent dans la plupart de ces activités. Des gestes quotidiens (Rook 1985) peuvent être considérés comme des rites tant qu'ils produisent du sens pour leurs auteurs²⁹ et s'insèrent dans un processus codifié incluant des accessoires symboliques qui accompagnent le rite, un script qui fixe le processus du rite, un rôle pour les acteurs du rite et un public (Rook 1995). Durkheim (1912) attache une grande importance à l'aspect collectif du rite. Le rite mettant « en mouvement les groupes rassemblés pour le célébrer et s'assimile à un moment d'effervescence collective »³⁰. Nous pouvons lire ici l'importance des rites dans la consolidation de la sociabilité. Pour entretenir l'amitié, il faut que les acteurs partagent des moments forts entre eux, d'où la mise en place d'animations festives par les gestionnaires. Les fêtes du camping sont un moment officiel pour célébrer et savourer le plaisir d'être ensemble.

La sociabilité va jusqu'à façonner la structure spatiale du camping, faisant émerger des quartiers d'individus qui se connaissent à l'intérieur de l'espace qu'est le terrain de camping.

« On s'arrange avec els couples et puis on se retrouve au même endroit quoi, on a déjà quatre caravanes. ». » [Danièle, 46 ans, comptable]

Lorsque le placement est libre, les usagers se rassemblent spontanément en fonction du type d'abris dans l'espoir d'être à côté d'individus qui vont avoir les mêmes repères de vie.

6.4. Les spécificités de la sociabilité

Dans leurs activités de loisirs dans le temps quotidien ordinaire, les individus multiplient les espaces de sociabilité (e.g. leurs associations sportives). Pourtant, la sociabilité qui se développe dans le terrain de camping, revêt un certain nombre de spécificités.

Les liens sociaux établis dans le camping sont exclusifs aux périodes de vacances, limités par une date de début et une date de fin. Pourtant, cela n'enlève en rien leur force et leur

²⁹ Si la littérature rend compte d'une multiplication des études des rites profanes qui se justifient de la désacralisation de la société, il semble difficile d'affirmer que le rite profane n'était pas présent dans les sociétés traditionnelles. Sans doute n'a-t-il pas été identifié alors comme tel. Si les rites profanes semblent plus nombreux aujourd'hui et apparaissent être caractéristiques des sociétés modernes, comme pouvait l'être le rite religieux pour les sociétés traditionnelles, c'est sans doute par « l'effet d'une focalisation de notre attention » (Rivière, 1995). Dans ce sens, Rivière (1995) souligne la nécessité de sortir l'étude du rite profane du cadre temporel de l'évolution des religions et des croyances.

³⁰ Durkheim Emile, [1912] (2003), *Les formes élémentaires de la vie religieuse : le système totémique en Australie*, Presses Universitaires de France, 5^e éd, cité par Maisonneuve (1988, p.14).

sérieux in situ. La valorisation des relations sociales qui se déroulent sur le terrain de camping se dégage des discours de nos enquêtés, notamment par la force des mots employés : « amis », de « vraies amitiés ». Les interactions permettent de cristalliser un certain nombre de souvenirs, racontés ultérieurement comme anecdote. La sociabilité devient un moyen de combler son temps libre comme tout autre activité, à telle point qu'elle se suffit à elle-même.

La qualité du réseau social qui s'est tissé au cours du séjour va conditionner la réussite du séjour. De même s'il n'y a pas assez de monde au sein du camping l'expérience est sévèrement jugée. La force des liens sociaux établis au cours de la pratique favorise la fidélité ultérieure au lieu, se donnant comme prétexte « l'occasion de se revoir ». Un réseau relationnel stable d'une année sur l'autre parfois même pendant un nombre d'années conséquent s'établit. On revient dans le même camping mais surtout à la même période pour espérer revoir les campeurs de l'année précédente, ou au moins d'avoir à faire au même type de profil. À cet égard, Raveneau et Sirost (2001) admettent l'hypothèse que la fidélité au terrain de camping est un moyen de réduire les incertitudes inhérentes au changement.

« Donc par sécurité on a continué là.. » [Jean-Pierre, 55 ans, professeur]

La connaissance offre un cadre de sociabilité stable et sûr. La force de la sociabilité participe donc à la réduction de la mobilité.

Hors des barrières du terrain de camping les réseaux sociaux s'évaporent et sont rendus complexes car chacun retrouve son quotidien. Anne Charlotte à qui il est déjà arrivé de rendre visite à des habitués de « son » camping offre dans son discours le décalage qui existe entre le camping et la vie « réelle » avouant aller « chez eux dans leur intimité, dans leur monde à eux » auquel elle n'appartient pas. Les contacts restent exceptionnels (carte postale pour présenter les vœux de nouvelle année).

« On ne se voit plus mais on continue à euh...on s'envoie toujours les vœux quoi. » [Anne-Marie, 66 ans, retraitée ancienne animatrice Tupperware]

La particularité de cette sociabilité émerge dans ces propos, elle ne peut avoir lieu en dehors des barrières du camping, elle lui est exclusive. Évidemment, le réseau familial est moins concerné par cet arrêt, mais le rythme quotidien se réimpose et les interactions sociales se modifient au sein de la parentèle.

7. DISCUSSION

Comme l'indique Sirost (2002, p.49), le camping en tant qu'espace touristique balisé est "une joyeuse anarchie" dans les usages et les manières d'habiter, où tentes, caravanes, van et camping-cars se mêlent. L'apport principal de la recherche est de montrer qu'à l'intérieur de cette anarchie se constitue une nouvelle sociabilité, en rupture et hors du cadre quotidien dans lequel s'inscrivent les usagers à l'extérieur du camping.

Les résultats de cette recherche laissent entrevoir de manière sous-jacente une articulation et une convergence théoriques particulièrement intéressantes. Le camping occasionne un déracinement du quotidien et nécessite donc de la part de l'utilisateur un réapprentissage d'habitudes imposées par le cadre de vie auquel il est soumis. Pourtant, nous nous apercevons que ce réapprentissage se révèle être davantage une transposition des cadres du quotidien ordinaire et leur adaptation au cadre de vie en terrain de camping. Les usagers font en sorte que leur vie au camping soit presque comme à la maison. Nous avons à ce titre, mis l'accent sur le rôle des biens matériels dans la mise en place d'un second chez soi. Ce « comme à la maison » ne l'est en fait pas totalement puisque va s'y adjoindre la création d'une sociabilité. La particularité des liens sociaux tissés au cours de la pratique du camping est qu'ils ne

peuvent avoir lieu hors des limites du terrain de camping. Si le camping se déploie sur un « temps hors du temps » (Raveneau et Sirost 2001, p.676), la sociabilité est elle aussi en suspens, dans une bulle hors du quotidien. Si l'orchestration des objets devient le point d'appui de la réappropriation des espaces en un quotidien familial, elle est aussi le moyen d'établir et de cimenter les réseaux sociaux (e.g. circulation des objets, entraide matérielle)

Derrière cette recomposition d'un quotidien familial et la constitution des réseaux sociaux se dessine une vision utopique de la vie de la part de l'utilisateur. Nos sociétés post-industrielles connaissent une déperdition du lien social dans certaines de ces expressions³¹. Le camping peut être mobilisé en faveur de la vitalité des formes de sociabilité les plus traditionnelles comme le lien communautaire. Il devient la réponse à une quête d'un certain idéal de vie où le lien social aurait une place centrale. Le camping devient un village où les espaces se structurent en quartier au gré des réseaux sociaux construits. L'hypothèse émise en ces propos est que le camping tel qu'il est vécu, particulièrement dans ses formes les plus sédentarisées s'apparente à la quête d'un microcosme très proche du quotidien dans ses points les plus positifs et qui s'appuie sur une sociabilité idéalisée³². Plus que le caractère idyllique, la pratique du camping exprime les caractéristiques de « l'île de l'utopie » développées par More ((1935) [1978]) (Raveneau et Sirost, 2001) : équilibre du groupe, la communauté familiale et temporaires, la dimension humaniste (entraide, sociabilité positive), épicurisme et ses sources simples et naturelles de plaisir.

Alors que nous pouvons très légitimement allouer à la pratique du camping un statut d'expérience extraordinaire dans le sens d'une sortie de son ordinaire, la réalité des pratiques révèle que les individus sortent de leur ordinaire pour l'y retrouver très rapidement. En ce sens, le camping va à l'encontre du modèle hôtelier car il laisse à l'utilisateur la possibilité de se réinventer un quotidien et du modèle locatif car il permet de retrouver de manière utopique une sociabilité perdue.

8. CONCLUSION

Cette recherche est une contribution aux travaux mettant en avant le caractère ordinaire que peut revêtir l'expérience. Le caractère « extraordinaire » n'est pas une condition sine qua non dans la production d'une expérience de consommation. Les individus ne sont pas systématiquement à la recherche de l'extraordinaire.

Sur le plan managérial, cette recherche permet de porter un regard neuf sur la pratique du camping en mouvance. Elle offre aux praticiens la possibilité d'ajuster leur offre pour faciliter la sociabilité spécifique et ainsi générer un processus de fidélisation. Les résultats de cette recherche nous amènent à conseiller aux praticiens de l'hôtellerie plein air de nourrir le sentiment de naturalité et de liberté qui crée l'utopie d'un espace idyllique. Par ailleurs, il serait bon de mieux valoriser la fidélité de certains usagers qui peut être très grande (i.e. de nombreuses années) dans cette pratique. Enfin, il faut se concentrer sur la création de sociabilité, noyau central de la pratique. Pourront ainsi, être multipliées les activités pour valoriser les groupes formés (excursion en groupe). Miser sur la liberté de choisir des consommateurs en proposant des services forts à la carte : traiteur pour « soirée » privée entre

³¹ Les positions arrêtées de certaines recherches sur une profonde crise du lien social dans notre monde contemporain sont à nuancer car d'autres formes apparaissent (Internet, la téléphonie mobile) et se substituent à des formes plus traditionnelles de sociabilité comme la vie de quartier.

³² L'équilibre idéalisé du groupe peut être « mis à rude épreuve » pour reprendre les termes de Raveneau et Sirost (2001, p.678) lorsqu'un événement vient le troubler. Les deux auteurs témoins d'un violent orage dans un camping en Vendée montrent la fragilité des liens sociaux.

amis, montage du matériel à l'arrivée. Les résultats de la recherche pourraient être également intéressant pour les acteurs de l'hôtellerie, car si certains usagers sont fidèles au camping pourquoi ne le sont-ils pas à l'hôtellerie classique. Nous voyons là des perspectives intéressantes pour revoir l'offre des hôteliers. Le camping est confronté aux problèmes de vacances courtes résultant par la loi de la diminution du temps de travail à 35 heures³³, et en conséquence l'augmentation du temps de non-travail qui a profité à l'émergence d'une société de loisirs et à une nouvelle mise en ordre sociale du temps (Viard 2002).

Des limites méthodologiques peuvent être énoncées, non quant au choix des instruments de mesure et à leur mise en œuvre, mais peut être dans leur intensité plus d'observations auraient été nécessaires pour apporter des nuances encore plus fines dans l'interprétation que les usagers ont certaines facettes de l'expérience vécue. Par ailleurs, les choix en matière d'échantillonnage, pour les entretiens comme pour les observations révèlent a posteriori une exclusion « naturelle » des usagers *asédentaire* (e.g. campeurs au profil plus sportif). La configuration majeure de notre échantillon se trouve être plutôt dans une perspective sédentaire. Cet effet peut s'expliquer par le contexte de l'offre de la pratique du camping qui se sédentarise.

Les voies de recherche qui pourraient se dessiner suite à cette recherche s'orientent vers des formes plus spécifiques de la pratique. Un premier travail pourrait proposer une approche plus segmentée de la pratique confrontant les usagers des divers abris potentiels. Ensuite, nous pourrions envisager d'approfondir l'étude en mettant au regard les modes de vie quotidiens (i.e. ordinaires) des usagers et les modes de vie développés dans leur pratique du camping. Enfin, un travail pourrait être entrepris sur la mobilité géographique accrue des individus dans leurs activités touristiques (Stock 2005), mobilité qui a en partie disparu dans la pratique contemporaine du camping en terrain. Nous pourrions alors mettre en lumière les différents aspects de la pratique du camping-carisme.

³³ dont l'application a débuté le 1^{er} janvier 2000.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Amossy Ruth, Herschberg-Pierrot Anne (1997), *Stéréotypes et clichés*, Armand Colin 128.
- Arnould Eric J., Thompson Craig J. (2005), Consumer Culture Theory (CCT) : Twenty Years of Research, *Journal of Consumer Research*, 31 (March), 868-882.
- Arborio Anne-Marie et Fournier Pierre (1999) *L'enquête et ses méthodes. L'observation directe*, Paris, Nathan collection 128.
- Augé Marc (1986), *Un ethnologue dans le métro*, Hachette Littératures Pluriel.
- Bandura Albert (1976), *L'apprentissage social*, Bruxelles : P.Mardaga.
- Becker Howard S. (2002), *Les ficelles du métier*, Paris, Repère La Découverte trad. (1998), *Tricks of the Trade*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Blanchet Allain, Gotman Anne (1992), *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Paris, Nathan collection 128.
- Bourdieu Pierre (1979), *La Distinction*, Paris, Éditions de Minuit.
- Chambat Pierre (1990), «La télé des bronzés : révolutions culturelle », *Autrement série Mutations*, 111 (janvier), 203-215, Paris, Autrement Revue.
- Chazaud Pierre (1994), "Sociologie du camping", *Cahier Espaces*, avril, 36, 51-60.
- Chazaud Pierre, Dufour Anne Béatrice (1994), « Vers une typologie des campeurs. L'exemple de l'Ardèche », *Cahier Espaces*, avril, 36, 61-68.
- Corcuff Jean (1995), *Les nouvelles sociologies*, Nathan collection 128.
- De Certeau Michel (1990), *L'invention du quotidien : 1. arts de faire*, Gallimard, Coll.Folio essais Paris.
- Dion Delphine et Ladwein Richard (2005), « La photographie comme matériel de recherche », 8^{èmes} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne.
- Dubar Claude (2006), « Le pluralisme en sociologie : fondements, limites, enjeux », *Sociologos*, 1, mis en ligne le 21 mars 2006. URL : <http://sociologos.revues.org/document20.html>
- Dubar Claude, Demazière Didier (1998), *Analyser les entretiens biographiques*, Paris, Nathan.
- Duprez Guillaume, Coudert Gallianne (2004), *Gérer un camping. Guide pratique, juridique et fiscal*, Paris, Éditions du Puits Fleuri.
- Dumazedier Joffre (1990), « Vacances et valeurs », *Autrement série Mutations*, 111 (janvier), 189-198, Paris, Autrement Revue
- Glaser Barney. G., Strauss Anselm L. (1967), *The Discovery of Grounded Theory : Strategies for Qualitative Research*, New York : Aldine de Gruyter.
- Goulding Christina (1998), "Grounded theory : the missing methodology on the interpretivist agenda", *Qualitative Market Research*, 1, 1, 50-57.
- Héran François (1989). « Trouver à qui parler : le sexe et l'âge de nos interlocuteurs », *Données sociales Insee*, France.

- Hirschman Elizabeth C., Holbrook Morris B. (1992), *Postmodern Consumer Research. The Study of Consumption as Text*, Newsbury Park, CA: Sage Publications.
- Hirschman Elizabeth C. (1988), "The Ideology of Consumption: A Structural-Syntactical Analysis of "Dallas" and "Dynasty"", *Journal of Consumer Research*, 15 (December), 344-359.
- Holbrook Morris B., O'Shaughnessy John (1988), "On the Scientific Status of Consumer Research and the Need for an Interpretive Approach to Studying Consumption Behavior", *Journal of Consumer Research*, 15 (December), 398-402.
- Jodelet Denise (1989), *Les représentations sociales*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Kaufmann Jean-Claude (1996) [2004], *L'entretien compréhensif*, Paris, Armand Colin.
- Kaufmann Jean-Claude (1992), *La trame conjugale. Analyse du couple par son linge*, Paris, Nathan, collection Pocket.
- Kaufmann Jean-Claude (1998), *Corps de femmes, regards d'hommes. Sociologie des seins nus*, Paris, Éditions Pocket.
- Kopytoff Igor (1986), "The cultural biography of things: commoditization as process", in A.Appadurai (ed.), *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, 64-91.
- Ladwein Richard (2002), Voyage à Tikidad : de l'accès à l'expérience de consommation, *Décisions Marketing*, 28, Octobre-Décembre, 53-63.
- Ladwein Richard (2003), Les modalités de l'appropriation de l'expérience de consommation : le cas du tourisme urbain, in *Sociétés, consommations et consommateurs*, éd. Remy E., Garubau-Moussaoui I., Desjeux D., Filser M., L'Harmattan, Paris, p. 85-98.
- Leguevaques Max (2001), « La révolution de l'hôtellerie plein air », *Cahier Espaces*, 69 (juin), 98-101.
- Maisonneuve Jean [1988] (1995), *Les Conduites Rituelles*, Presses Universitaires de France collection Que sais-je ?, 2^e éd.
- Mauss Marcel (1925) [2001], « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques » in *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Mercklé Pierre (2004), *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, coll. "Repères".
- O'guinn Thomas C. and L. J. Shrum (1997), "The Role of Television in the Construction of Consumer Reality", *Journal of Consumer Research*, 23 (March), 278-294.
- Peneff Jean (1992), *L'hôpital en urgence. Étude par observation participante*, Paris, Métailié, coll. « Leçon de choses ».
- Peroy François (1996), « Du camping au club de vacances », *Cahier Espaces*, 48 (octobre), 30-32.
- Périer Pierre (2000), *Vacances populaires*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Poulain France, Poulain Elisabeth (2005), *L'Esprit du camping*, Paris, Cheminements.
- Poulain Jean-Pierre (2002), *Sociologies de l'alimentation*, Paris, Presses Universitaires de France, collection Sciences sociales et sociétés.

- Raveneau Gilles, Sirost Olivier (2001), "Le camping ou la meilleure des Républiques. Enquête ethnographique dans l'île de Noirmoutier", *Ethnologie Française*, XXXI, 4, octobre-décembre, 669-680.
- Raveneau Gilles, Sirost Olivier (2000), "L'intensité molle du camping », *Sociétés. Revue des sciences humaines et sociales*, 70, 19-31.
- Rook Denis W. (1985), « The ritual dimension of consumer behavior », *Journal of Consumer Behavior*, 12, December, 251-264.
- Sansot Pierre, Strohl Hélène, Torgue Henry, Verdillon Claude (1978), *L'espace et son double. De la résidence secondaire aux autres formes secondaires de la vie sociale*, Paris, Édition du Champ Urbain
- Segalen Martine (1998), *Rites et rituels contemporains*, Paris, Nathan collection Sciences Sociales 128.
- Sherry John F Jr. (1991), "Postmodern Alternatives: The Interpretive Turn in Consumer Research", in T. S. Robertson and H. H. Kassarian (ed.), *Handbook of Consumer Behavior*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, 548-591.
- Sirost Olivier (1999), "Les loisirs sous la tente : le camping comme observatoire de la vie au grand air. La vie au grand air. Aventures du corps et évasions vers la Nature", Journées d'étude S.E.F. Musée national des Arts et traditions populaires, 11 et 12 mars.
- Sirost Olivier et Raveneau Gilles (2000), "Le double sens du camping", *Culture en mouvement*, 29, 55-57.
- Sirost Olivier (2001a), "Camper ou l'expérience de la vie précaire", *Ethnologie Française*, XXXI, 4, octobre-décembre, 581-590.
- Sirost Olivier (2001b), "Les débuts du camping en France : du vieux campeur au village de toile", *Ethnologie Française*, XXXI, 4, octobre-décembre, 607-620.
- Sirost Olivier (2002), "Habiter en camping ou l'art de se nicher dans le paysage", *Communications, Manières d'habiter*, 73, 49-64, Seuil.
- Solomon Michael R and Punam Anand (1985), "Ritual costumes and status transition : the female business suit as totemic emblem", *Advances in Consumer Research*, 12, 315-318.
- Spiggle Susan (1994), "Analysis and Interpretation of Qualitative Data in Consumer Research", *Journal of Consumer Research*, 21 (December), 491-503.
- Stern Barbara B., Thompson Craig J., Arnould Eric J. (1998), "Narrative Analysis of a Marketing Relationship: The Consumer's Perspective", *Psychology and Marketing*, 15 (3), 195-214.
- Stock Mathis (2005), "Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter ? ", *EspacesTemps.net*, textual, 25 mai, <http://espacestems.net/documents1353.html>.
- Strauss Anselm L., Corbin Juliet, (1998), *Basics of Qualitative Research : Grounded Theory Procedures and Technics*, Newbury Park, CA, Sage.
- Tavernier Aurélie (2004), *Paroles d'experts : Rhétoriques journalistiques de recours aux paroles extérieures dans Le Monde, Libération, LE Figaro. Journaliste et sociologies, la construction d'un référentiel*, Thèse en Science de l'information et de la

communication, Université Lille 3 - Charles-de-Gaulle, Dir. Professeur Bernard Delforce.

Thompson Craig J. (1996), "Caring Consumers: Gendered Consumption Meanings and the Juggling Lifestyle", *Journal of Consumer Research*, 22 (March), 388-407.

Turner Victor [1969] (1990), *Le Phénomène Rituel. Structure et Contre-structure*, Paris, Presses Universitaires de France, collection Ethnologies, 1^e éd.

Urbain Jean-Didier (1993) [1991], *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Éditions Payot & Rivages.

Viard Jean (2002), *Le sacre du temps libre La société des 35 heures*, Paris, Éditions de l'Aube.

ANNEXES

A1 : Présentation de l'échantillon des entretiens individuels ou de couple

Sujet	Age	Profession	Statut familial	Situation & lieu habitation
Pascale et Fabrice	44 et 46	CPE lycée Intermittent du spectacle (théâtre)	Marié une fille	Appartement de fonction à Charleville Mézières, 56 000 habitants
Anne-Marie	66	Retraitée ancienne animatrice Tupperware	Mariée 2 enfants	Maison individuelle avec jardin Lumes (08), 1500 habitants
Hélène	23	Étudiante	Célibataire	Appartement en location à Lille
Geneviève et André	57 et 5ç	Retraité (aide soignante) Intermittent du spectacle (son)	Mariée 3 enfants	Maison individuelle sans jardin La Grandville (08), 683 habitants
Jackline	58	Mère au foyer (chef de famille ouvrier)	Mariée	Maison individuelle à Vendin-le-Vieil, 7000 habitants
Jean-Pierre et Annie	55 et 53	Aide soignante Professeur des écoles	Mariée 3 enfants	Maison individuelle sans jardin, louée, à Charleville Mézières, 56 000 habitants
Anne-Charlotte	25	Étudiante	Concubinage	Appartement en location à Lille
Danièle	46	Comptable	Mariée	Maison individuelle à Vendin-le-Vieil (62), 7000 habitants
Roger et sa Andrée	67	Retraité ancien gérant de commerce	Mariés	Maison individuelle avec jardin à Romery (51) 154 habitants
Didier	45	Ouvrier	Marié, 2 enfants	Appartement à Wingles (62), 8742 habitants
Laurence	38	Comptable Chef de famille : infirmier	Mariée, 2 enfants	Maison individuelle à Vendin-le-Vieil (62), 7000 habitants
Danièle	45	Professeur	Mariée, 2 enfants	Maison individuelle à Liévin (62), 33623 habitants
Bernard	54	Cadre mairie	Marié	Maison, Blouvin
Aurore	25	Institutrice	Célibataire	Appartement, Lens (62), 35 017 habitants
Guillaume	25	Maître nageur		Maison à Orchies (59), 7472 habitants
Josseline	65	Retraitée Chef de famille retraité	Mariée	Lens (62), 35 017 habitants
Patrick et Michèle	57 et 55	Employé administratif chez Ford Visteon	Marié 3 enfants	Maison avec jardin, Vivier Court, 8000 habitants
Eléonore	22	Étudiante	Célibataire	Appartement en location à Lille
Thierry et Cécile	45 et 42	Agent hospitalier	Mariés 2 enfants	Maison individuelle avec jardin, à Charleville Mézières, 56 000 habitants
Franck	27	Professeur en collège	Célibataire	Appartement à Pierrelatte (26), 14000 habitants
Jean et Joëlle	68 et 67	Retraité de la SNCF retraitée	Mariés, 4 enfants	Maison individuelle avec jardin, Lumes (08), 1500 habitants
Yannick et Véronique	38 et 36	Vendeur de pièces de rechange chez Citroën	Marié, 2 enfants	Maison individuelle avec jardin, Nouvion sur Meuse (08), 5000 habitants.
Jacqueline	53	Cadre territorial au Conseil Général Chef de famille : ouvrier chauffeur de camion	Mariée, 2 enfants	Maison individuelle avec jardin,, à Charleville Mézières, 56 000 habitants

A2 : Caractéristiques des terrains de camping observés

Observation participante
<ul style="list-style-type: none">- Le camping La Pietra, sans étoiles, situé à Pietraborbara au Cap Corse, sans animations particulières, équipement minimum, un bloc sanitaire, 40 emplacements de 95 m² (6 nuitées)- Le camping Bella Vista à Calvi, 7ha, 9 chalets, classé 3 étoiles (1 nuitée)- Le camping Les Couchants, à Casaglione près d'Ajaccio, classé 3 étoiles (1 nuitée)
Observation non participante
<ul style="list-style-type: none">- Le Domaine des Pins de la Lègue à Bagnole-sur-Mer<ul style="list-style-type: none">• Département 83, près de Fréjus. La région Provence-Alpes-Côte d'Azur a accueilli 182 800 campeurs en 2004 selon les chiffres de l'INSEE, 2005, ce qui en fait la seconde région de France en matière de camping après le Languedoc-Roussillon.• Classé 4 étoiles, ayant la particularité de n'accueillir que des abris sédentaires de type mobile home bénéficiant d'un parc de 3000 emplacements.• Ce terrain est l'illustration même du passage de certain terrain de camping au club de vacances. Les hébergements locatifs sont aujourd'hui très présents sur les terrains de camping. L'étude réalisée en 2000 par le cabinet MLV Conseil estime à 87 000 unités le nombre d'hébergements locatifs proposés par les gestionnaires desdits terrains. 60% de cette offre correspond dans sa forme à des résidences mobiles de loisir (mobiles home) et 22 % à des habitats légers de loisir, le reste étant des caravanes statiques et des tentes multi-équipées. Cette offre connaît une progression annuelle de 10 %. À ce chiffre s'ajoute 17 000 hébergements locatifs qui sont mis en location par des voyagistes en particuliers étrangers. (source : Leguevaques 2001)- Le camping La Coutellière à Fontaine de Vaucluse<ul style="list-style-type: none">• Département 84, près d'Avignon.• Classé 2 étoiles, 103 emplacements, 10 bungalows et mobiles home à louer bénéficiant d'une piscine, d'un terrain de tennis de tir à l'arc, d'un bar avec soirées animées (un dîner dansant par semaine), de deux blocs sanitaires, un concours de boules par semaine.