



Photos : fabrizio bizolante

Le camping Auf Kengert accueille en majorité des familles qui viennent là pour le calme et les nombreuses promenades offertes par la région.

Les vacances version camping

Avec le retour du beau temps, les touristes, en majorité néerlandais, ont le sourire et remplissent le camping de Linda Gedink, près de Larochette.

Après un début juillet plus que morose avec des pluies persistantes, voilà que le beau temps et la chaleur semblent faire une apparition en fin de saison. Depuis que Linda Gedink a repris les rênes du camping familial au milieu des années 80, la clientèle a bien évolué.

De notre journaliste
Audrey Somnard

Elle est fidèle au poste pour accueillir ses clients tout au long de la saison à la réception. Linda Gedink s'exprime dans un néerlandais fluide qui ravit sa clientèle, composée à 70 % de néerlandophones, des touristes chouchoutés au Luxembourg. Alors que certains séjournent trois semaines complètes au camping, d'autres ne font que passer, comme ceux qui ont préféré ne pas s'attarder et mettre le cap au Sud au mois de juillet: «C'est sûr que si nous avons un vrai petit paradis vert c'est bien aussi grâce à la pluie... En Espagne il fait

chaud, mais trop chaud, ils doivent faire face à des problèmes de sécheresse et d'incendies. Il faut un bon équilibre entre ombre et soleil», explique la gérante.

Depuis l'instauration des offices régionaux de tourisme, les atouts touristiques du pays sont mieux mis en valeur. Des brochures sur les attractions sont à la disposition des touristes à la réception et Linda Gedink se fait un plaisir de renseigner ses clients sur les promenades à faire dans les environs: «Tout dépend de la clientèle. Je conseille plutôt la visite de la capitale aux Anglais, avec la vallée de la Pétrusse qui contraste avec l'alignement des banques, tandis que je conseille plutôt des balades dans la Petite Suisse luxembourgeoise pour les familles car les enfants adorent grimper sur les rochers. Pour les ados, je conseille plutôt des sorties en canoë sur la Sûre.»

Heureusement, la clientèle est assez fidèle, le camping est plutôt fa-

Toute la famille en ligne

Il n'est évidemment plus question de ne pas avoir de connexion internet au camping, même si dans cette zone reculée il n'est pas toujours facile de satisfaire tout le monde: «Dans une famille, le père est sur l'ordinateur portable, la mère est sur l'iPad, les enfants ont leur smartphone, quelquefois la connexion a du mal à suivre. Il est loin le temps où la file d'at-

tente s'allongeait au téléphone du camping pour dire aux proches qu'on était bien arrivés. Aujourd'hui, on se contente d'un petit texto. Même chose pour les cartes postales, une habitude qui s'est complètement perdue. Cela marchait encore il y a cinq ou six ans, mais depuis, je ne remplis le présentoir qu'une à deux fois par saison, c'est dommage...»

miliai. Ici, pas d'animations à tout va mais des conseils personnalisés et une piscine que les enfants apprécient particulièrement. Un investissement que le camping a dû réaliser à la fin des années 80, à la demande de la clientèle. Pour une ambiance plus festive, Linda Gedink n'hésite pas à envoyer cette clientèle dans un autre camping

des environs, qui a une discothèque et des clients moins orientés famille. Mais en général les clients reviennent et avec la météo clémente la clientèle locale est également séduite: «Les citadins ont besoin de se mettre au vert le temps d'un week-end.»

Linda Gedink voit aujourd'hui passer une deuxième génération de

campeurs, fidèles à son établissement: «J'ai même une famille dont je connais les grands-parents, les enfants et maintenant les petits-enfants qui viennent également au camping année après année. Les clients fidèles sont attachés à leur emplacement et le redemande chaque année. Ça permet aussi de tisser des liens.» Ainsi, la gérante s'étonne de voir que les clients se contactent à travers la page Facebook du camping.

Finalement, en fin de saison (le camping ferme début novembre) Linda Gedink n'est pas mécontente de raccrocher pendant quelques mois: «En fin de saison, je suis un peu lassée de répondre toujours aux mêmes questions, mais dès la fin de l'hiver je serai à nouveau contente d'accueillir les touristes. Finalement, c'est plutôt agréable de côtoyer dans le cadre de son travail des gens détendus et en vacances, je crois que cela me convient bien comme ça», sourit-elle.



Linda Gedink a vu des générations de campeurs depuis les années 80.

Le camping-car a le vent en poupe

La mode a changé. La toile de tente a été remplacée par la caravane qui a fait place aujourd'hui aux camping-cars, plus nomades.

Alors que le marché des caravanes était en plein boom ces dernières années, la vente de ces véhicules s'est quelque peu essoufflée au profit des camping-cars qui connaissent un succès sans précédent. La raison: plutôt que de passer trois semaines au même endroit, là où la caravane ne bougera plus, les clients préfèrent aujourd'hui être plus mobiles et suivre leurs envies, ainsi que le soleil si la météo ne se montre pas assez clémente à leur goût. Il s'agit ainsi d'une clientèle plus volatile et différente de la clientèle traditionnelle qui voyage en caravane.

«Cela représente plus de travail pour nous car les camping-cars bougent plus, ils ne restent que

deux ou trois nuits. Une seule caravane peut rester deux à trois semaines, alors que dans la même période, on peut voir passer une dizaine de camping-cars. Cela entraîne d'autant plus de travail à la réception pour gérer les arrivées et les départs», estime Linda Gedink.

Les week-ends au camping en automne

Il y a aussi la clientèle d'automne, qui laisse son véhicule pendant plusieurs semaines en octobre, par exemple, et profite des beaux week-ends d'arrière-saison pour se mettre quelques jours au vert. Le tout avant de remiser la caravane

pour de bon et attendre la prochaine saison. C'est également une vraie tendance et le camping propose des forfaits spéciaux pour ce type de clientèle «basse saison».

Parallèlement à la folie des camping-cars, une nouvelle clientèle, à la recherche de bungalows en location, est apparue également dans les campings: «Le locatif est en pleine expansion, c'est un secteur très prometteur», note Linda Gedink. Avec seulement 7 chalets pour 180 emplacements, on est encore loin de l'invasion, ce faible nombre s'expliquant par l'investissement lourd qu'ils représentent. Mais la tendance est bien là.

A. S.