

Télé réalité

BIENVENUE AU CAMPING : LES PROFESSIONNELS FACE A LA CAMERA

Après leur collaboration à l'émission « Bienvenue au camping » sur TF1, quel bilan les exploitants de campings tirent-ils de cette expérience ? Pour le savoir, nous avons contacté tous ceux qui ont participé à la première série diffusée à la fin de l'été 2014. Même s'ils sont majoritairement satisfaits, ce concept de télé réalité laisse néanmoins sur le carreau quelques victimes...

Antoinette de PREVOISIN



« Le camping, c'est le mode de vacances préféré des Français. C'est aussi un état d'esprit. Pour ces patrons de campings, c'est même toute leur vie. Pour la première fois, ces quatre duos de propriétaires vont reprendre leur tente, valise et sac à dos, et partir tester les campings de leurs confrères à tour de rôle. Tous sont persuadés d'offrir le meilleur à leurs campeurs... »

C'est ainsi que démarre l'émission « Bienvenue au camping », un programme de télé réalité d'une durée de 48 minutes proposé par TF1, qui progresse chaque jour de la semaine jusqu'à la finale du vendredi au cours

de laquelle le couple gagnant remporte 3 000 euros...

Après une première vague de quatre émissions diffusées entre le 18 août et le 12 septembre 2014, TF1 a replanté la tente et offert à ses téléspectateurs la découverte d'une seconde série de campings au cours du mois de janvier 2015. Il faut dire que l'émission avait trouvé son public à la fin de l'été avec 1,5 à 2 millions de téléspectateurs présents chaque jour devant le petit écran à 17 h 05. Pour le mois de janvier, la diffusion a été reculée d'une heure et l'audience s'est avérée encore plus fructueuse avec 1,5

(période des attentats la première semaine) à 2,5 millions de téléspectateurs. Une émission juteuse aussi pour TF1 si l'on en croit le nombre de coupures publicitaires qui s'intercalent durant l'émission, sachant qu'à cette heure d'accès prime-time, un spot publicitaire de 30 secondes coûte en moyenne 43 000 euros. A ce niveau d'impact médiatique, plus des trois quarts des campings qui ont participé à la première série de l'émission disent ne pas regretter ce superbe coup marketing. Quant au petit quart restant, il s'agit des campings qui ont eu le sentiment de « s'être fait avoir » par la société de

production Coyote, réalisatrice de l'émission pour le compte de TF1...

Victimes des prédateurs du Web

« On est manipulés, estime Régis, on nous a fait passer pour les méchants de la semaine... » Le but de l'émission, c'est d'offrir un divertissement qui s'appuie sur la compétition. Les candidats doivent donc paraître compétiteurs même si, officieusement, certains ne participent pas dans cette optique. Aux téléspectateurs avertis qui ont regardé l'intégralité des deux séries de quatre émissions, il n'a pas échappé que le scénario est



Les Ardéchois Carole et Jérôme, du camping le Bois Simonet (1^{ère} semaine) ont accueilli leurs confrères dans des chalets. « L'occasion de montrer aux spectateurs les évolutions de l'HPA »



Jean-Pierre et Nadège, du camping Les Rivières (34), sont les heureux gagnants de la 2^e semaine. « L'impact commercial sur le camping a été immédiat : on n'a jamais fait un aussi bon mois de septembre ! »

ACTUALITES

Télé réalité



Géraldine et Marc, les dynamiques gérants de la DSP de Cosne-sur-Loire, sont des habitués des jeux télévisés. Et malgré les commentaires des internautes, ils seraient prêts à revivre l'aventure



Michel – qui n'a pas hésité à recevoir ses confrères en slip de bain – et Corine sont les écolos de la 3^e semaine : leur gentillesse a conquis tous les cœurs

toujours le même : les équipes sont composées de quatre établissements tous très différents, donc incomparables, et gérés par des personnes aux visions du métier souvent opposées. Des petits campings contre des très grands, des terrains avec de multiples services et d'autres sans rien... Chez l'un on dormira dans un mobil-home, dans un autre sous la tente, un troisième dans un chalet et le dernier dans un hébergement insolite... Toujours est-il que c'est véritablement une occasion exceptionnelle de faire découvrir la diversité des campings qui existent en France, et les nombreux types d'hébergements qui y sont proposés. D'autant que les images réalisées, notamment à l'aide de drones, sont très belles et les campings bien mis en valeur.

Pourtant, le camping n'est qu'un prétexte... Ce qui intéresse le téléspectateur ce sont d'abord les personnalités des propriétaires de campings. Et c'est en effet sur leur attitude, leur façon de faire des remarques qu'ils seront jugés. Effectivement, quand semaine après semaine on suit assidûment chaque équipe, on se rend compte qu'il y a systématiquement dans le lot un binôme qui donnera mauvaise impression. Critique, donneur de leçons, c'est l'insatisfait de la semaine... Résultat : les téléspectateurs qui prennent tout pour argent comptant s'en donnent à cœur joie pour en rajouter sur les réseaux sociaux. « Au début on se défend, on prend le temps de répondre aux gens, avant de se rendre compte que ça ne sert à rien... Les propos sont volontairement excessifs », constate Régis du camping varois Le Relais de la Bresque. Même son de cloche chez Diana qui fait partie de la toute première équipe et a ainsi essuyé les plâtres : « A l'issue de l'émission, j'ai été agressée verbalement au téléphone par des téléspectateurs, je



Chez les Vendéens Gérard et Dominique, (semaine 4), les confrères ont dormi dans d'anciennes caravanes, « un choix de la production »

n'en revenais pas... ». Marc et Géraldine, gérants d'une DSP, le camping de l'Île à Cosne-sur-Loire, ont subi les mêmes désagréments. « La production a voulu nous rassurer en expliquant que ce sont toujours les mêmes profils qui critiquent, mais qui restent dans l'anonymat le plus complet et se cachent derrière des pseudos, des images d'animaux et jouent à Candy Crush toute la journée ! Ces

l'autre et les prédateurs du Web oublient leur proie quand une nouvelle se présente...

Le profil du vilain petit canard

Alors pourquoi eux et pas les autres... ? « Tout dépend du profil que vous avez... Je suis naïve, spontanée, j'y suis allée la fleur au fusil dans l'idée de défendre ma conception du camping liée à l'art », raconte

« A l'issue de l'émission, j'ai été agressée verbalement par les téléspectateurs »

gens-là n'ont aucune intention de faire du camping. » Bref, il est nécessaire d'avoir les épaules solides pour encaisser ce genre d'expérience... Et les premiers à l'avoir vécu n'ont pas hésité à appeler les dernières « victimes » pour les rassurer. Cela dit, si l'effet est immédiat et violent pour celui qui ne s'y attend pas, il dure peu de temps. Une semaine chasse

Diana. Lors du casting, les candidats ont tous eu un long entretien pour qu'ils racontent leur vie. La société de production semble en effet chercher à mieux cerner leur personnalité, leurs goûts, ce qu'ils aiment et ce qu'ils n'aiment pas : dormir sous la tente, dans un mobil-home, faire des activités nautiques, participer à des animations... Des informations

qui serviront à créer des équipes de quatre binômes hétérogènes. « C'est un vrai recrutement ! Avec des questions bien tournées et bien ciblées pour identifier votre profil », affirme Samuel du Domaine Arvor, qui a une certaine expérience dans ce genre d'entretien.

« Nous, on a été recrutés au Salon mondial du tourisme. Je pense que c'est notre profil original et écolo qui a intéressé la production. Au début on ne voulait pas participer. Et quand on a finalement accepté, on les a prévenus qu'on ne mettrait que des bonnes notes et qu'on serait sympas avec tout le monde ! », raconte Michel de l'Eco-camping Oasis Bellecombe dans la Drôme.

Marc et Géraldine sont, pour leur part, des habitués de la télé. Ils participent à un grand nombre de jeux télévisés dans le but de promouvoir leur activité et leur région. « La télé-réalité n'a rien à voir avec les jeux de télévision. Quand on est en direct, ce que l'on dit ne peut pas être modifié. Dans Bienvenue au camping, ils ne sélectionnent qu'une infime partie de tout ce qui a été filmé et choisissent ce qu'ils veulent pour le montage. » Ils sont nombreux en effet à être tombés dans le panneau des questions orientées.

Une expérience très positive

Cela dit, si l'émission est conçue pour créer une compétition entre les participants, il s'avère, d'après les témoignages, que la production censure pas mal de commentaires et d'incidents qui, pour le coup, nuiraient sérieusement à la réputation des exploitants de campings... « Le vendredi lors de la finale, on était à deux doigts de se taper dessus ! » Si nous avons insisté sur les quelques déçus de l'émission, il n'en reste pas moins que la majorité a vécu là une « super expérience ».