

le Parisien

ÉCONOMIE

Huttopia invente l'écocamping

DÉCIDÉMENT, le commerce et le tourisme équitables ont le vent en poupe. Après deux ans de voyage au Canada, Céline et Philippe Bossanne ont cédé à cette tendance. Ces deux amoureux « d'un certain art de camper » ont eu l'idée de développer un nouveau concept de camping. « Là-bas, son image est autrement plus positive, rien à voir avec les pratiques françaises », assure Cécile Bossanne. Le pari de redonner ses lettres de noblesse à une formule de vacances souvent ringardisée est audacieux.

L'aventure débute donc en 1999. Dans un premier temps, les époux Bossanne ont racheté des campings en activité dont les sites présentaient un intérêt au plan environnemental. « On les a baptisés Campings Indigo. C'était une première étape. En parallèle, nous avons élaboré le concept Huttopia. Mais pour ce projet, il nous fallait du temps. Tout a vraiment démarré en 2001 », détaille la responsable marketing de la PME lyonnaise.



Des loisirs de pleine nature, c'est le credo d'Huttopia. En Touraine, son camping au bord du lac de Rillé offre notamment la possibilité de promenades familiales en canoë. DR.

L'objectif d'Huttopia est d'implanter des structures d'accueil – de préférence sur des sites vierges – en minimisant l'impact sur l'environnement. Aidé par un architecte et des designers, les Bossanne ont dessiné des cabanes et des tentes canadiennes sur pilotis – pour ne pas détériorer les sols –, des roulottes en bois

imputrescible, du mobilier spécifique. Tout en mettant l'accent sur le confort intérieur. « C'est très important. Par exemple pour les sanitaires, on aime bien l'idée de salle d'eau familiale. On est en rupture avec les standards habituels : des cabines de douche les

unes à côté des autres à proximité des bacs pour la vaisselle. » Pour l'heure, l'exploitation englobe cinq sites sous la bannière Indigo et trois campings Huttopia, à Versailles, Rambouillet depuis 2006 et à Rillé en Indre-et-Loire. La clientèle ne s'est pas faite attendre. Le taux de remplissage est

proche des 100 % en pleine saison et durant les week-ends printaniers. « A Versailles comme à Rillé, ce sont essentiellement des étrangers. Et, à Rambouillet, on trouve les Parisiens qui se mettent au vert le temps d'un week-end. » Des vacanciers que les tarifs élevés n'ont pas rebutés : 15 % de plus que dans un camping classique à prestations égales. « Chez nous, on n'élit pas miss Camping, mais on peut profiter des animations liées à la nature : des balades sur les traces d'animaux, des chasses aux trésors nocturnes... » Avec un chiffre d'affaires de 3,8 millions d'euros en 2006, une croissance annuelle de 45 % par rapport à 2005 et des prévisions au moins aussi encourageantes, Huttopia SA va pouvoir investir sereinement dans l'extension de son parc. Deux nouveaux sites à Senonches dans le Perche et à Font-Romeu vont bientôt ouvrir.

XAVIER RENARD

www.huttopia.com