

Quand le luxe s'invite sous la tente

Tourisme. La nouvelle formule de « prêt-à-camper » Huttopia de la Sépaq connaît un vif succès.

par Claudine Hébert > lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Deux chambres avec très grands lits, cuisinette tout équipée, table... Qui aurait dit qu'une description de suite d'hôtel désignerait un jour l'intérieur d'une tente ?

Introduites dans les parcs de la Société des établissements de plein air du Québec (Sépaq) l'été dernier, les spacieuses tentes Huttopia ont connu un succès instantané. En un an, leur nombre a plus que doublé, pour s'établir à 130, et pourrait franchir la barre des 300 d'ici deux ans.

Plus populaire que prévu

La popularité de ce produit « prêt à camper » dépasse les attentes de l'organisme, reconnaît Claude Beaudoin, vice-président, marketing, de la Sépaq. « Nous souhaitions aménager 150 tentes en cinq ans. Nous en comptons déjà 130 », dit M. Beaudoin, qui se dit prêt à réagir à la demande de la clientèle.

CHIFFRES CLÉS

8 000 : Nombre d'emplacements de camping dans les 22 parcs nationaux du réseau de la Sépaq.

130 : Nombre de tentes Huttopia installées actuellement.

12 000 \$: Coût moyen de l'aménagement d'une tente Huttopia.

Le taux d'occupation moyen de ces campements dépasse déjà 70 %, et a même atteint 100 % en août dernier. Ces tentes, dont la location (moins de 110 \$ par nuit) coûte moins cher qu'une nuitée à l'hôtel, peuvent accueillir jusqu'à cinq personnes.

Un concept originaire de la France

L'engouement pour ce type d'hébergement coïncide avec l'émergence du « *glamping* » à l'échelle planétaire.

Combinaison des mots *glamour* et *camping*, cette nouvelle façon de profiter du plein air attire une catégorie de campeurs qui souhaitent se rapprocher de la nature sans pour autant renoncer à leur confort quotidien, et ce, sans devoir transporter une tonne d'équipement. Plus de la moitié des tentes ont été aménagées sur des emplacements qui ne sont accessibles qu'à pied.

La tente Huttopia a été conçue par les Français Céline et Philippe Bossanne, qui se sont inspirés de la tente de type prospecteur Yukon Tent. La Sépaq n'aurait-elle pas pu créer son propre produit ? « C'était notre intention. Mais l'achat du concept Huttopia s'avérait bénéfique à deux points de vue », explique M. Beaudoin.

D'abord, dit-il, la Sépaq a épargné temps et argent pour la recherche et développement de ce prêt-à-camper. « Il nous a suffi d'adapter le modèle français à nos besoins.



Le taux d'occupation moyen des tentes Huttopia dépasse déjà 70 % dans les parcs de la Sépaq. [Photo : Sépaq]

Nous avons agrandi le balcon afin d'y loger l'appareil de cuisson et installer un plus

grand réfrigérateur.»

L'autre avantage de cette entente exclusive est de na-

ture marketing. « Le produit Huttopia, déjà offert dans cinq campings français, gé-

nère plus de 110 000 nuitées en France, dont 50 % de la clientèle provient de l'extérieur de l'Hexagone. Notre association avec Huttopia nous aide à courtiser la clientèle européenne », dit M. Beaudoin.

Une clientèle qui a l'habitude de visiter le Québec en fin d'été et au début de l'automne. D'où la présence de chauffage d'appoint dans les tentes Huttopia, qui accueillent les campeurs jusqu'à l'Action de grâce.

Pour le moment, c'est le parc du Mont-Tremblant qui compte le plus grand nombre de tentes, soit 16. Le parc national d'Oka suit de près, avec 15 tentes. Les parcs Yamaska, Mont-Orford et du Bic en comptent pour leur part plus d'une dizaine. ■

Bain thérapeutique sous les étoiles

Il n'y a pas qu'au Québec ou en France que les amateurs de plein air peuvent bénéficier du camping de luxe grâce aux tentes Huttopia. Ailleurs dans le monde, certaines destinations ont poussé encore plus loin le concept du *glamping*, ou prêt-à-camper.

À Dubaï, les 37 suites de l'Al Maha Desert Resort, aménagées sous des tentes bédouines en plein désert, sont équipées d'une télé satellite, d'un lecteur DVD, d'Internet haute vitesse, d'une spacieuse salle de bains avec douche et d'une piscine privée. La

balade à dos de chameau est également comprise dans le forfait.

Chez nos voisins américains, le *glamping* se décline à la mode western au Montana, où le Paws Up Resort propose l'expérience Tent City. La baignoire, le plancher chauffant, la couette de duvet, le mobilier en bois et l'électricité font partie des commodités de base des six tentes de type prospecteur érigées sur les rives de la rivière Blackfoot. Un majordome vient même servir l'apéritif et préparer le feu.

Au Canada, la championne du *glamping* est la Colombie-Britannique. Situé au nord de Tofino, sur l'île de Vancouver, Clayoquot Wilderness Resort est devenu un lieu prisé des vedettes hollywoodiennes en quête d'exotisme... et d'intimité. Accessible uniquement par bateau ou par hydravion, le complexe, ouvert en 2000, dispose de 20 tentes de type prospecteur meublées d'un très grand lit et d'un foyer. Certaines, perchées dans les arbres, rappellent l'habitation qu'occupaient les membres de la famille Robinson suisse

dans la série télé des années 1970.

Depuis deux ans, cette province jouit également d'une autre adresse qui repousse les limites du camping.

À deux heures de route de Vancouver, le Rockwater Secret Cove Resort propose 13 tentes sur pilotis. Chacune offre le plancher chauffant, un grand lit, une baignoire thérapeutique, un foyer au propane et une vue exceptionnelle sur l'océan Pacifique. La demande est telle qu'on y accueille les campeurs même en hiver. C.H.