

Réalisé par
Dimitri Vaudroz
Estelle Dubuis
Joëlle Pauchard
Justine Luçon

Hes·SO VALAIS
WALLIS



Le Glamping



Professeur
Tschopp, Alexis

Module 713, Tourisme international
HES-SO Valais

*Domaine Économie & Services, filière
Tourisme*

Déposé le : 14 novembre 2013

Résumé

Le secteur de l'hôtellerie en plein air a vu émerger une nouvelle forme de tourisme se nommant « le Glamping ». Ce terme découle d'une composition de mots entre camping et glamour. Novatrice et originale, cette tendance attire une nouvelle clientèle dans le monde du camping. Les bénéficiaires peuvent ainsi s'échapper de leur vie quotidienne pour s'apaiser au milieu de cadres idylliques, dans des concepts d'hébergements durables et insolites disposant de tout le confort qu'un hôtel peut fournir.

Mots clés

Glamping - Camping – Nature - Luxe - Confort – Originalité - Durable

Table des matières

Introduction	1
Synthèse des articles scientifiques	1
Conclusion	3
Sources	4

Figures

Figure 1 : Caractéristiques du glamping 1

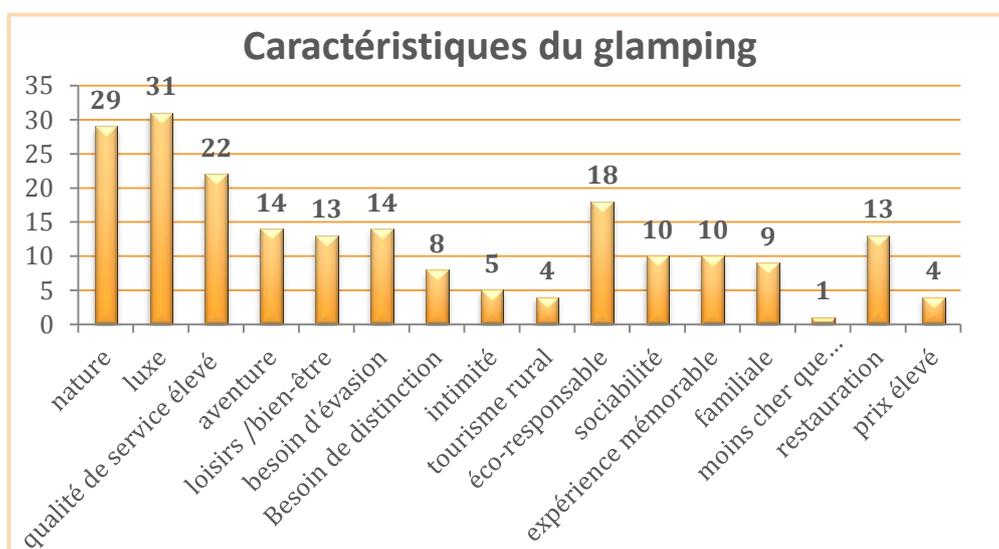
Introduction

Qui n'a jamais rêvé de dormir dans un igloo ? De vivre comme Tarzan dans un arbre ? Ou encore de camper en pleine montagne, seul, face à une vue sublime. Bien entendu on aimerait que l'igloo soit un peu moins froid, que la sève poisseuse n'existe pas et que les vents glacials des montagnes disparaissent seulement pour une nuit. Mais ceci n'est plus un rêve, grâce au glamping, vous pouvez vivre une expérience hors du commun sans les petits tracas de l'hébergement de plein air. Nous allons par conséquent retourner sur les origines de ce mot pour mieux comprendre ce nouveau concept qui ne cesse de nous surprendre.

Synthèse des articles scientifiques

Pour commencer, il est important de définir le terme « glamping ». En effet, le mot étant relativement nouveau, en dégager le sens permettra de clarifier la différence entre ce nouveau concept d'hébergement et le camping. Tout d'abord, le glamping tient son origine de l'union de deux mots : camping et glamorous (Racine, 2013). Selon le site Larousse.fr : « le camping est une activité de plein air consistant à vivre sous la tente avec un matériel adéquat » (Larousse, 2013). Le glamping serait donc une forme d'hébergement plein air de luxe. Pourtant, cette nouvelle tendance en offre bien plus, ce que Katarina Leci Sakáčová étudiante en tourisme a tenté de dégager dans son travail de Master. Pour se faire, elle a sélectionné 16 critères associés au glamping. Ensuite, sur la base de 35 livres, revues, sites internet et articles de journaux, elle a pu mettre en évidence à quelle fréquence ces derniers apparaissent (Sakáčová, 2013).

Figure 1 : Caractéristiques du glamping



Source : <http://projekter.aau.dk/projekter/files/76860450/Glamping.pdf> (2013)

Sur ce graphique, deux critères se distinguent des autres : la nature et le luxe. En effet, les touristes adeptes de glamping recherchent la proximité avec la nature, mais sans vraiment la « toucher ». Être connecté avec la vie sauvage peut être un facteur de stress pour certaines personnes, le glamping permet de vivre cette expérience sans risque. Le terme « nature » comprend également camper dans des lieux extraordinaires comme par exemple, en altitude dans un lieu insolite ou avec une vue magnifique. Le choix du lieu a donc une grande importance pour le glamper (personne pratiquant le glamping). Le point Luxe est lié au troisième élément ressortant de cette étude, celui de la qualité de service élevé. Ce critère correspond aux activités annexes à l'hébergement tel que : l'infrastructure Wellness, le transport, le service de chambre, la restauration etc.

L'éco-responsabilité est également un thème important lié au glamping. Il est à la base du concept, en effet, passablement de ces hébergements hors du commun ont été conçus à la place d'un hôtel pour minimiser leurs impacts sur l'environnement. Les sites proposant du glamping sont donc très souvent écoresponsables sur plusieurs points : recyclage de matériel, propre production de fruits et légumes, tri des déchets etc. Les touristes désirants faire du glamping adoptent aussi facilement un comportement « vert » lors de leurs séjours. Ils attendent ainsi des propriétaires des lieux qui fassent de même. Ensuite, viennent deux facteurs découlant directement du cadre du travail : le besoin d'aventure et d'évasion. En effet, la situation stressante de la vie quotidienne invite à s'échapper, à sortir de la routine et ainsi faire quelque chose hors du commun.

Si on regarde ce graphique de manière plus globale, on est capable de dégager le public ciblé par cette nouvelle forme d'hébergement. En effet, ce n'est pas la clientèle des campings traditionnels qui est visée, mais plutôt celle qui, à l'origine, fréquentait plutôt des hôtels (Lederrey, 2013). Le glamping est aujourd'hui nommé par certains comme une expérience d'hôtel de plein air (Joppe, 2013), offrant le confort nécessaire tel que des tentes de luxes, des lits King-size, des chefs gourmets ou encore du wifi et supprimant ainsi tous les effets négatifs du camping comme par exemple le mauvais temps, les tentes inconfortables, la nourriture improvisée ou encore le sac couchage. Ce type de confort combiné à l'originalité a contribué à sa popularité (Joppe, 2013). Le concept de glamping est ainsi dédié aux personnes désireuses de faire l'expérience du camping autrement.

Le glamping est par conséquent une tendance qui tend à être durable sur deux points : l'aspect « green » et sur le marché de la demande. Selon une étude de Chaire Tourisme Transat de l'ESG UQAM au Québec, un des pays précurseur du concept, un campeur sur cinq s'est lancé au glamping. L'expérience c'est valu concluante pour 91% d'entre eux désirant retenter l'aventure (Racine, 2013). En France, la fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air, a observé une hausse de 14.3% de la demande des terrains de camping de quatre et de cinq étoiles par rapport en 2010. C'est-à-dire, des offres de loisirs étoffées, des toilettes privées et du Wi-Fi à disposition. Pour finir, en Amérique du Nord, les camping-cars de luxe et surtout ceux munis de gadgets high-tech rencontrent un vif succès. Par ces différentes études on peut en déduire que le camping revient à la mode, mais les touristes attendent un minimum de confort et de technologie (Lévesque, 2012). Le concept de glamping est donc voué à un bel avenir.

Conclusion

L'hébergement de plein air évolue et les lieux insolites qui en découlent affluent. Des sites internet regroupant des concepts de glamping du monde entier ont vu le jour. On remarque notamment deux liens : Glamping Hub et Go glamping. Internet est un réel outil marketing pour les entreprises de glamping. Il s'agit d'utiliser le web pour communiquer les nouvelles offres et ainsi créer de véritables « buzz ». Mais qu'en est-il de la Suisse ? En Helvétie la tendance s'est fait attendre, mais depuis quelques années plusieurs lieux insolites sont proposés. Alpenrose Gadmén propose à ses clients de dormir dans un Lodge perdu en montagne (réplique d'une tente, mais en beaucoup plus grand et plus solide). En prime l'hélicoptère aller-retour est prévu dans le prix de la chambre. Aux Cerniers, les fameuses répliques d'igloo Whitepod accueillent les visiteurs sans le désagrément que peut causer le froid de la neige. Situé en altitude, les Yourtes des Rochers-de-Naye garantissent de passer un moment inoubliable à la Mongole. Cependant, la Suisse a un retard considérable par rapport aux autres pays concurrents dans ce domaine comme la France ou encore le Canada. Celui-ci pourrait s'expliquer d'une part, par les difficultés d'acquiescer un acte d'autorisation de construction et d'autre part par le manque de financement octroyé par l'état ou les banques que peuvent acquiescer les sociétés. Finalement, le glamping n'est pas seulement du camping amélioré, c'est tout un concept pour permettre aux touristes de vivre de véritables rêves en garantissant le confort, un service impeccable et une empreinte écologique faible.

Sources

- Alpenrose Gaden. (2013). *Alpenrose Gaden*. Récupéré sur Alpenrose-gaden: <http://www.alpenrose-gaden.ch/de/projekt/buchen.php>
- Glamping hub . (2013). *Unique Access to the Outdoors*. Récupéré sur Glamping hub : <http://glampinghub.com/>
- Joppe, E. B. (2013). *Trends in camping and outdoor hospitality - An international review*. Journal of Outdoor Recreation and Tourism.
- Larousse. (2013). *Camping*. Récupéré sur Larousse: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/camping/12573?q=Camping#12419>
- Lederrey, A. p. (2013). Le Glamping ça vous tente ? *Migros magazine*, 12 - 17.
- Lévesque, C. (2012). *Du camping au glamping, l'hébergement de plein air se diversifie*. Récupéré sur Veille tourisme : <http://veilletourisme.ca/2012/06/06/du-camping-au-glamping-lhebergement-de-plein-air-se-diversifie/>
- Midcenturyjo. (2011). *Glamping in the snow*. Récupéré sur Desiretoinspire: <http://www.desiretoinspire.net/blog/2011/12/7/glamping-in-the-snow.html>
- Nicole, J. (2011). *Weekend Inspiration: Glamping* . Récupéré sur Cushiontoheaven: <http://cushiontoheaven.blogspot.ch/2011/02/weekend-inspiration-glamping.html>
- Observatoire Valaisan du Tourisme. (2013). *Le camping de luxe: un retour à la nature, mais dans le confort*. Récupéré sur Tourobs: <http://www.tourobs.ch/fr-ch/blog/blog-tourisme.aspx?action=detail&id=5741>
- Pad, H. (2013). *GO glamping*. Récupéré sur Go glamping: <http://goglamping.net/>
- Racine, A. (2013). *Le glamping: une tendance qui gagne à être durable*. Récupéré sur Veille tourisme : <http://veilletourisme.ca/2013/05/24/le-glamping-une-tendance-qui-gagne-a-etre-durable/>
- RTS (Réalisateur). (2013). *Le camping revient à la mode avec le "Glamping"* [Film].
- Sakáčová, K. L. (2013). *GLAMPING – Nature served on silver platter*. Récupéré sur

<http://projekter.aau.dk/projekter/files/76860450/Glamping.pdf>

voyage, B. d. (2013). *Connaissez-vous le glamping ?* . Récupéré sur Blogs de voyage:
<http://blogs-de-voyage.fr/2013/08/14/connaissez-vous-le-glamping/>

WebExpert. (2013). *Rochers de Naye*. Récupéré sur Goldenpass:
<http://www.goldenpass.ch/CMS/default.asp?ID=348>

Whitepod Exploitation SA . (2013). *White pod*. Récupéré sur White pod :
<http://www.whitepod.com/winter/>