

&gt; Entreprises

# Huttopia engage Cabanon dans l'innovation

**Dunkerque.** Un an et demi après une reprise réussie du fabricant de tentes, le repreneur, fondateur d'Huttopia négocie une série de virages délicats.

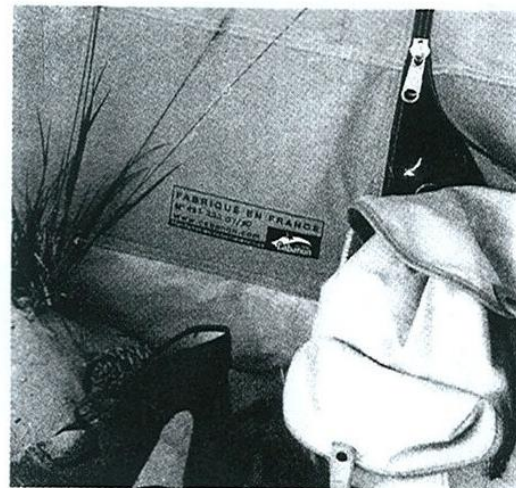
C'est en mars 2009 que le créateur d'Huttopia Philippe Bossane, exploitant lyonnais de concepts novateurs de vacances de nature en France et au Canada, a repris Cabanon à la barre du tribunal de commerce de Dunkerque. Le fabricant de tentes avait redémarré avec 73 salariés. Un pari osé que de reprendre en Europe occidentale une entreprise de confection de toile, face à une concurrence asiatique très agressive.

À l'issue d'un premier exercice prolongé, Cabanon a sorti un exercice positif. Philippe Bossane est fier d'avoir pu en distribuer une partie aux salariés, et de montrer sa prise de rigueur à son environnement. L'entreprise, autrefois productrice de bâches dans le groupe Dickson-Constant, avait viré de bord vers la publicité volumétrique, activité qui

vit toujours sous le nom de Ditechna, avant d'être reprise par Cabanon, pour son savoir-faire en confection. Mais la société avait perdu 20 % de CA de 2007 à 2008 à 8 M€. Le repreneur Huttopia suit le mouvement inverse, dépassant les 10 M€ en 2009.

## Gamme redéfinie

Pour Huttopia, il s'agissait d'une intégration amont d'un fournisseur important, suivie d'une réorientation marketing, car « nous connaissons bien le campeur », explique Philippe Bossane. Depuis, la gamme est progressivement redéfinie en suivant des voies innovantes, en particulier dans le choix des matériaux, coton, bois, lin. Et en la réorientant vers des produits destinés aux exploitants de campings pourvus de tentes à louer. Sur la foi de sa propre expérience,



< Fabriquer en France, le pari osé de Philippe Bossane.

Philippe Bossane croit dans cette formule. Cabanon lance ainsi une « camping-box » pliante pour faciliter la vie des professionnels.

Cependant « l'exercice en cours sera plus difficile », prévoit le repreneur. « Nous négocions beaucoup de virages en même temps. Changement de distributeur, changement de gammes, ouverture de nouvelles niches, formation du personnel intense. Nous sommes encore une entreprise convalescente », commente-t-il.

**Alain Simoneau, Dunkerque Expansion** ■