



## ACTUALITES

### Flower Campings

# REVENUE MANAGEMENT AU PROGRAMME DE LA CHAÎNE

L'équipe d'animation de Flower Campings a privilégié l'aspect festif de sa convention annuelle puisque 2016 marque ses 10 ans d'existence. Dix ans au bout desquels la chaîne des campings « à taille humaine » de moins de 250 emplacements compte plus de 140 terrains adhérents, ayant ainsi atteint près de la moitié de son objectif.

*Antoinette de PRÉVOISIN*

Comme l'an passé les membres de la chaîne Flower Campings se sont retrouvés fin janvier à Paris, destination centrale pour réunir un maximum de personnes. Flower compte en effet 142 campings franchisés et si tous n'étaient pas représentés, ce sont quelque 200 personnes qui ont tout de même participé à cette convention. Un rendez-vous moins technique que d'habitude, mais plus festif en l'honneur des 10 ans de la chaîne, d'autant plus que durant l'année 2015 les campings ont eu pour la première fois plusieurs occasions de se réunir regionalement pour travailler

ensemble et ont bénéficié de la visite des deux animateurs réseau dont la mission consistait justement à resserrer les liens entre l'équipe dirigeante et les campings.

#### Retour sur un plan médias plus classique

Aujourd'hui les gérants de campings se connaissent mieux et suivent de plus près les projets de développement proposés par l'équipe dirigeante. Parmi les sujets abordés lors de cette journée du 21 janvier, se trouve celui du Revenue Management, méthode de gestion tarifaire que Flower met en place en collaboration avec la société Eurodecision et en s'appuyant sur l'outil de gestion d'Inaxel. La chaîne compte cette année se structurer en interne et démarrer avec une dizaine de campings avant de l'étendre à tout le réseau Flower en 2017. « Nous allons passer d'une tarification statique à une tarification dynamique dans le but d'améliorer à terme le revenu des campings », explique Paul Combes, directeur tourisme de la chaîne. Flower met également en place un programme de fidélité baptisé My Flower et qui s'inscrit dans le prolonge-



142 campings sont au catalogue 2016 de la chaîne Flower.

ment de la gestion relation client mise en place l'an dernier.

L'autre sujet abordé concerne le plan médias de l'année 2016.

Le contrat de trois ans avec le rugbyman vedette Sébastien Chabal s'est terminé. Une collaboration qui aura permis à la marque de booster sa notoriété à travers les espaces publicitaires télévisuels. Flower repart sur une stratégie de communication plus classique, sans pour autant laisser tomber la télévision, média sans conteste le plus puissant. La chaîne de campings prévoit en effet une campagne TV sur France 2 du 7 mars au 7 avril avec une présence en parrainage en début et fin de l'émission du soir « N'oubliez pas les paroles » présentée par Nagui, ainsi que sous forme de dotation à l'heure de midi sur l'émission « Tout le monde

veut prendre sa place ». Flower sera également présent pour la première fois en radio sur MFM en mars et avril pour faire gagner des séjours aux auditeurs.

### Opération détente

La convention a commencé par le traditionnel buffet des régions composé des spécialités culinaires apportées par chaque camping et s'est terminée avec la soirée de gala « en rose ». Entre ces soirées festives et les réunions d'information, les congressistes ont assisté à une formation-spectacle réalisée par un excellent duo, concernant la Process Communication, une méthode née dans les années 70, destinée à discerner les six types de caractères dominants qui existent dans la nature

humaine. Un bon moment de franche rigolade qui aura donné aux professionnels du camping les clefs pour mieux cerner leurs clients et ne pas prendre le risque de les laisser partir mécontents.

Aujourd'hui avec 142 campings adhérents, Flower est la deuxième plus grosse chaîne en nombre de terrains. Elle a par ailleurs quasiment atteint l'objectif fixé alors en 2006 qui était de franchiser 150 campings. Aujourd'hui, l'objectif visé est de 300, et peut-être qu'il ne sera pas nécessaire d'attendre 2026 pour y arriver tant le besoin des campings de se fédérer autour d'une marque se fait sentir. « On a parcouru un petit bout de chemin et il y a encore beaucoup à faire », remarquait Paul Combes, à l'issue de ce rendez-vous. ■



Soirée de gala « en rose » pour les 10 ans de Flower.



La Process Communication, un sujet sérieux, présenté avec humour.