



**L'ACTU** Fait du mois • Business • Salons • Vie syndicale • Chaînes • Régions • Produits

## Flower Campings, l'ambition d'atteindre 5 % du marché



Où ?  
Au Centre des congrès Cap 15,  
Paris (XV<sup>e</sup>).  
Quand ?  
Le 21 janvier.  
Combien ?  
200 personnes (80 campings).

**S**oirée à bord d'un bateau-mouche sur la Seine. Après-midi détente avec un duo comique venu présenter un spectacle consacré à la *Process Com* (l'analyse des comportements)... Pour fêter ses dix ans, la chaîne Flower Campings a placé sa convention annuelle sous le signe de la bonne humeur. Sans pour autant délaissier les interventions sérieuses consacrées au bilan 2015 et à la stratégie et aux perspectives pour les années à venir.

Au préalable, Laurent Seigne, directeur général de Flower, a tenu à revenir sur les dix ans du réseau, rappelant qu'en 2006 Flower comptait quarante campings contre 142 franchisés aujourd'hui. « A côté des campings qui en veulent toujours plus et qui ne s'appellent plus campings, nous sommes les campings à taille humaine. C'est notre ADN », a-t-il rappelé. Revenant sur certaines rumeurs concernant la vente de la franchise, Laurent Seigne a été affirmatif : « A ce jour, notre actionnaire Saur ne vend pas Flower. »

Pas de vente, mais beaucoup d'ambitions, comme l'a souligné Florent Parnot, directeur

du réseau, qui a rappelé l'objectif de la chaîne à l'horizon 2018 : atteindre 5 % du marché de l'HPA en chiffre d'affaires (100 millions d'euros). Avec le souhait pour y parvenir d'intégrer une trentaine de nouveaux franchisés par an. En ce qui concerne la stratégie, Florent Parnot a rappelé que la franchise s'imposait une stricte maîtrise des charges et affectait 60 % de ses ressources au business des adhérents (marketing et communication/commercialisation).

### La télévision, un passage obligé

En attendant, pour 2016, la chaîne va tester dans une douzaine de campings avec Euro-décision un logiciel de Revenu Management afin de les aider à optimiser leur taux d'occupation et, mais aussi et surtout, le revenu moyen par emplacement. Le but : proposer d'accompagner l'ensemble du réseau dès 2017. Par ailleurs, tous les adhérents vont désormais recevoir régulièrement un tableau de bord personnalisé pour qu'ils puissent se situer (en termes de réservations) par rapport à leurs collègues. « En outre, nous réfléchissons à l'élaboration d'un nouvel outil de commercialisation et de traçabilité pour 2017 », a rappelé Florent Parnot.

Enfin, le directeur du réseau a indiqué que la direction de la chaîne était en train de réfléchir à la création d'un nouvel hébergement locatif exclusif pour les Flower Campings. Après la Freeflower, la Funflower, la Sweetflower, la Cosyflower réalisés en partenariat avec Samibois, la chaîne travaille sur un nouveau projet

de mobile-home avec le groupe Bénéteau. « Un Homeflower nature qui casserait les codes du mobile-home traditionnel. »

Enfin, chapitre communication, Isabelle de Colonge de l'agence TBWA\Compact a rappelé qu'après trois ans de collaboration, le partenariat avec Sébastien Chabal était terminé. « Grâce à la télévision et à Chabal, notre taux de notoriété (assistée) est passé de 3 à 15 %. C'est pourquoi, nous serons toujours à la télévision qui reste le média le plus efficace pour gagner en notoriété. C'est le média roi », a-t-elle insisté. Pendant les mois de mars et avril et la première semaine de juin, Flower va parrainer des émissions diffusées sur France 2 (\*). La cible visée ? Les femmes de 25 à 49 ans avec des enfants de moins de 15 ans. Parallèlement, des spots de promotion seront diffusés sur la radio MFM. Les autres médias ne sont pas pour autant délaissés. Outre la brochure (éditée à 50 000 exemplaires), la carte routière (240 000 exemplaire), les newsletters ou encore les relations presse aux Pays-Bas et en Grande-Bretagne, Internet n'est pas oublié. Pour 2016, le site connaîtra une version mobile (smartphone, tablette) avec la géolocalisation des campings. Un passage devenu obligé.

Jean-Guilhem de Tarlé

\* « N'oubliez pas les paroles », « Tout le monde veut prendre sa place » présentées par Nagu

### Près de 50 campings labellisés

Suite à l'élaboration l'an dernier avec le cabinet conseil MLV-Conseil du label Qualité Flower, quarante-huit établissements ont été audités. Le taux moyen obtenu est de 90,7 %. L'été prochain, soixante-dix campings supplémentaires seront contrôlés. En attendant, cinq établissements ont obtenu une note supérieure à 95 % :

- ✓ Les Capucines, ★★★★★, 106 emplac., Trédrez-Locquémeau (22).
- ✓ Verte Vallée, ★★★, 147 emplac., Xonrupt-Longemer (88).
- ✓ L'île d'Offard, ★★★★★, 250 emplac., Saumur (49).
- ✓ La Rivière, ★★★, 104 emplac., Saint-Maime (04).
- ✓ Les Paludiers, ★★★, 284 emplac., Batz-sur-Mer (44).