

FLOWER CAMPINGS ET ODALYS

un modèle de franchise sans contrainte participant à la valorisation du territoire

LAURENT DUSOLLIER / Directeur général du Groupe Odalys

Il était important pour le Groupe Odalys de renforcer sa position sur le marché de l'HPA en pleine croissance en Europe et notamment en France. Il y a une quinzaine d'années, les comités d'entreprise nous ont demandé d'élargir notre offre au camping à la demande de leurs salariés, essentiellement pour des raisons tarifaires. Pendant longtemps, nous nous sommes contentés de gérer une dizaine de campings et de commercialiser des stocks d'hébergements dans des campings concurrents comme un tour-opérateur. Ce n'était pas la bonne façon de faire. A mon arrivée en 2015, j'ai souhaité avoir une stratégie plus volontariste et lorsque notre actionnaire le Groupe Duval a eu la possibilité il y a deux ans de racheter Flower Campings, 1^{er} réseau de campings indépendants en France avec plus de 130 campings nature de 100 à 300 emplacements, nous avons saisi cette opportunité de nous développer dans le secteur du camping et d'entrer avec ambition dans le monde de la franchise.

L'acquisition du réseau Flower Campings s'inscrit dans la stratégie de diversification poursuivie par le Groupe Odalys sur le marché de l'hébergement touristique. Si tout le monde connaît le fonctionnement d'une résidence de tourisme, d'un hôtel ou d'une croisière, les gens ont parfois une vision restrictive du camping qui ne se limite pas aux seuls mobile-homes. Flower Campings propose une offre de campings et d'hébergements unique qui

n'est pas standardisée. Avec près de 50% d'emplacements nus sur les 16 000 emplacements que compte l'ensemble du réseau, des mobile-homes, en passant par l'habitat toilé, la cabane lodge ou le chalet, le modèle Flower Campings se veut le garant d'un véritable mode de vie en plein air. Les valeurs d'authenticité ne sont pas antinomiques avec la notion de confort. Afin d'offrir plus de commodité sur nos emplacements nus, nous avons lancé il y a trois ans le concept Freecamp, une cabane en bois équipée d'une cuisine et de sanitaires privatifs. Le concept rencontre un franc-succès aussi bien auprès de nos clients qui dorment sous une tente que ceux séjournant en camping-car !

PARTENAIRE DES COLLECTIVITÉS LOCALES

Situé au cœur des régions à la mer, à la montagne et à la campagne, notre réseau est constitué aujourd'hui de 131 campings dont 110 indépendants et 21 gérés en propre accueillant chaque année plus de 550 000 clients, soit l'équivalent de 3 millions de nuitées. Parmi les 21 campings en gestion directe figure une dizaine de campings municipaux en DSP. C'est une part importante de notre stratégie de développement. Flower Campings est partenaire des collectivités qui cherchent à déléguer la gestion de leur camping souvent doté d'un beau potentiel de développement à des professionnels du camping afin de maintenir ou redynamiser l'activité et les retombées sur le territoire. Nous visons

un développement d'une quinzaine de nouveaux campings par an d'ici 2028. L'arrivée de quinze nouveaux campings au sein du réseau en 2024 confirme le succès rencontré par la franchise Flower Campings. Nous sommes un réseau de franchisés mais l'indépendance est la clé de voute de notre modèle. A l'écoute du savoir-faire de nos adhérents, nous leur proposons tous les atouts d'une franchise pour accompagner le développement de leur camping - en intégrant une marque installée et reconnue des voyageurs pour améliorer leur taux de remplissage, béné-



ficier de nos différents supports communication pour accroître leur visibilité, réduire les coûts des équipements, accroître la qualité de service proposée aux voyageurs... sans pour autant renoncer à leur indépendance et surtout leur singularité.

UN OBJECTIF DE TOURISME DURABLE

En tant qu'hébergeur et acteur du tourisme, Flower Campings a un rôle à jouer pour sensibiliser les voyageurs et vacanciers dans l'adoption de démarches et comportements plus vertueux pendant leurs vacances. Le tourisme durable s'inscrit dans l'ADN de nos adhérents. Ils partagent cette philosophie à travers les prestations qu'ils proposent : des campings qui restent à taille humaine pour garder un lien de proximité et une ambiance convi-

Nous visons un développement d'une quinzaine de nouveaux campings par an d'ici 2028

viale propres aux campings, un souci de la préservation de la nature et de la biodiversité et la sensibilisation des touristes au tri des déchets, la préservation des ressources comme l'eau ou la consommation locale pour favoriser le circuit court. Premier pas vers un tourisme plus durable, ces éco-gestes simples peuvent être adoptés ensuite sur la durée par nos clients une fois de retour chez eux.

LA VENTE DE MOBILE-HOMES

Dans le cadre de sa politique de diversification dans le secteur du camping, le Groupe Odalys souhaite également se positionner sur le marché de la vente de mobile-homes résidentiels neufs ou d'occasion. Un marché dopé par le nombre croissant de Français à vouloir acquérir une résidence secondaire à un prix attractif. L'hébergement en mobile-home séduit beaucoup de vacanciers qui retrouvent le confort d'un logement comme à la maison et la sérénité d'un environnement au plus proche de la nature, tout en ayant accès à l'ensemble des infrastructures sportives et de loisirs là où ils ont

choisi de devenir propriétaire. Pour accompagner le développement de cette activité, le Groupe Odalys se positionne chaque année à l'achat de nouveaux campings via une foncière créée en lien avec le Groupe Duval, actionnaire majoritaire du Groupe Odalys, car nous voulons continuer à acheter, en premier lieu bien sûr les terrains de nos franchisés s'ils souhaitent vendre. Notre ambition est d'être présent, et si possible le leader, dans tous les métiers de l'immobilier géré. A sa création il y a 25 ans, le Groupe Odalys s'est développé autour de la résidence de tourisme. Mais au fil des années, notre Groupe a engagé une stratégie de développement s'appuyant sur la prise en compte des demandes sociétales et sur la transformation des modes de vie et des usages pour devenir au fil du temps un acteur offrant une palette de produits complète, de la résidence touristique à la résidence affaires, étudiante ou senior ou encore de l'hôtellerie de plein air. Aujourd'hui, la résidence de tourisme représente moins de la moitié du CA du Groupe Odalys. ■



Flower Campings est constitué aujourd'hui de 131 campings dont 110 indépendants et 21 gérés en propre accueillant chaque année plus de 550 000 clients, soit l'équivalent de 3 millions de nuitées.

