

Flower Campings vise le cap des 200 établissements



© Flower Campings

La société haut-garonnaise Flower Campings envisage d'ouvrir « *entre 10 et 15 campings par an* », annonce à *La Lettre M* Olivier Kiehl, DG. Objectif : atteindre à terme le cap des 200 établissements en France, contre 133 aujourd'hui. Basée à Balma, l'entreprise revendique au travers de ses campings dont 23 gérés en propre et 110 sous forme de franchises quelque 17 000 emplacements et 550 000 clients. Flower Campings, qui compte 25 salariés au sein de son siège, auxquels s'ajoutent près de 600 salariés (ETP) dans son réseau, a enregistré 80 M€ de chiffre d'affaires consolidé en 2023 (dont 30 M€ en propre). « *Nous serons en croissance de 5 % cette année et ambitionnons une tendance similaire en 2025* », indique le dirigeant.

Un modèle double

Fondée en 2005, l'entreprise haut-garonnaise a été rachetée en 2022 par le groupe Magora (ex-Odalys). « *À l'origine, le réseau est né à l'initiative d'un certain nombre de propriétaires de campings indépendants qui souhaitaient se fédérer et travailler ensemble*, explique Olivier Kiehl. *Avec les années, il s'est développé sur deux jambes, avec à la fois des campings gérés en propre et d'autres en franchise.* » En fonction du modèle choisi, la typologie des établissements ne sera pas tout à fait la même. « *Globalement, il s'agit de campings familiaux de 100 à 200 emplacements dont 50 % d'emplacements nus -, orientés 3 à 4 étoiles, plutôt tournés vers la nature et abritant des espaces aquatiques*, indique le dirigeant. *Mais les campings qui nous gérons en propre sont souvent un peu plus grands que les autres.* » Dans tous les cas, les établissements qui viennent compléter le réseau de Flower Campings sont le fruit d'acquisitions. « *Aujourd'hui, les autorisations de création de nouveaux campings sont rares* », précise Olivier Kiehl, dont la feuille de route prévoit chaque année l'ouverture de « *jusqu'à cinq campings en propre et dix en franchise* ».

L'international ? « En réflexion »

En 2024, Flower Campings aura ouvert 14 établissements. Sept lancements sont d'ores et déjà sécurisés pour 2025. Son maillage territorial, le réseau le construit « *principalement à l'opportunité* », convient le dirigeant, qui ne souhaite pas s'engager sur la voie de l'international dans l'immédiat. « *Le sujet est en réflexion, notamment du côté de la péninsule ibérique et de l'Europe du Nord, mais il n'y a pas de projet formalisé pour le moment*, confie-t-il. *Car notre marque s'est développée*

sur la base d'un dialogue permanent entre les adhérents, qui co-construisent notre histoire. Nous ne souhaitons pas perdre cette culture, cet état d'esprit. »

Un marché en croissance

Après une période d'euphorie dans le sillage du Covid-19, le marché de l'hôtellerie de plein air tire aujourd'hui son épingle du jeu, mais dans des proportions moins spectaculaires. « *Il y a eu un emballement pendant deux ou trois ans, avec des croissances allant jusqu'à 15 %, commente Olivier Kiehl. Désormais, la progression annuelle est de 3 à 5 %. La tendance est bonne, au contraire de celle de l'hôtellerie.* » Flower Campings compte 25 salariés au sein de son siège social, mais aussi 181 ETP dans les campings exploités en propre, ainsi qu'environ 400 ETP dans les campings franchisés.