

Homair crée un leader européen de l'hôtellerie de plein air avec Eurocamp

- Le spécialiste des vacances en mobil-home met la main sur le plus important acteur britannique du secteur.
- Le nouvel ensemble pèsera 180 millions d'euros avec près de 200.000 clients.

PACA

Paul Molga
— Correspondant à Marseille

En levant 15 millions d'euros l'an passé, le leader français de l'hôtellerie de plein air, Homair Vacances, avait promis de donner un coup d'accélérateur à sa croissance. C'est désormais chose faite avec l'acquisition ce week-end de son rival Eurocamp, un acteur historique du secteur dont la marque imprime le quotidien des Britanniques depuis quarante ans. L'opération, dont le montant n'a pas été dévoilé, est financée en prêts et fonds propres sans recours à l'actionnaire majoritaire Montefiore Investment, ni à la bourse (1 % est coté).

Basé à Aix-en-Provence, le nouvel ensemble pèsera 180 millions d'euros, plus du double de la surface actuelle de Homair Vacances, et devient le leader européen du secteur. « Avec cette acquisition, nous offrons une gamme unique de séjours pour une clientèle internationale dans les meilleures campings de France, d'Italie, d'Espagne et de Croatie », explique Alain Calmé, président du directoire. Homair Vacances et Eurocamp – qui garderont leur marque et leur univers de communication – possèdent chacun 8.500 unités de location de séjour en plein air dans un total d'environ 300 destinations, souvent complémentaires, essentiellement des camping 4 et 5 étoiles proches de la mer, dotés d'équipements de loisirs et de services. Comme les campeurs, les deux acteurs louent leurs emplacements à des gestionnaires le plus souvent indépendants.

Des acquisitions régulières

En se positionnant sur des prestations haut de gamme appréciées des nouveaux consommateurs d'hôtellerie de plein air français (59 % de sa clientèle) et étrangers, le groupe aixois s'assure depuis sa création en 1989 d'une croissance



Homair Vacances et Eurocamp possèdent chacun 8.500 unités de location de séjour en plein air dans des destinations souvent complémentaires. Photo Homair

organique annuelle moyenne de plus de 10 %. Sur les dix dernières années, le groupe a réalisé 120 millions d'euros de croissance externe. Il détient 21 campings (dont le dernier, acquis récemment, offre 200 places idylliques sur la plage de Marseillan) et, depuis 2011, s'est enrichi de la division hôtellerie de plein air du groupe TUI Travel, Al Fresco. Son chiffre d'affaires a plus que doublé depuis 2008, passant de 32,2 à 71 millions d'euros, et son résultat net a triplé (3,9 millions d'euros en 2012).

« Nous surfons sur le succès d'une offre de séjour alternative qui marie convivialité, nature et confort à des tarifs moindres que les résidences de tourisme », explique Alain Calmé. Il faut compter une moyenne de 1.000 euros pour la location d'une semaine en mobil-home. L'offre séduit pas loin de 100.000 familles

en France et un peu plus en Grande-Bretagne, en Irlande, aux Pays-Bas et en Allemagne, où Eurocamp a sa clientèle.

Pour capter de nouveaux locataires, les deux acteurs ont tout misé sur Internet. Le site de l'aixoise, qui réalise les deux tiers du chiffre d'affaires, accueille 6 millions de visiteurs par an. Il est complété par un centre d'appels et un catalogue papier pour offrir aux clients « un univers de communication et de réservation sans rupture de charge ». Un certain nombre de synergies vont être mises en œuvre au niveau informatique, des achats et des services. Le groupe emploie jusqu'à 2.000 salariés en été pour gérer l'accueil. Le nouvel ensemble devrait également améliorer le taux de remplissage de son parc, en optimisant les plages de vacances de ses clientèles en Europe. ■

Vacances en mobil-home : le camping coté luxe

Le marché du mobil-home surfe sur la montée en gamme des campings. Le nombre d'emplacements dédiés pourrait doubler.

De la nature, des voisins sympas, du confort et des prix ajustés... Les vacances de plein air en mobil-home ont le vent en poupe. Depuis dix ans, le nombre d'unités installées a plus que triplé pour s'établir à 280.000 cette année, dont 20 % à 30 % seulement appartiennent à des particuliers. Le mobil-home est devenu, comme la tente, un objet phare du camping pour les Français, analyse la Fédération française des campeurs, caravaniers et camping-caristes. Près de la moitié des campeurs (44 %, +1 % depuis 2011), profitent aujourd'hui de ces hébergements qui participent à l'élargissement des pratiques de camping.

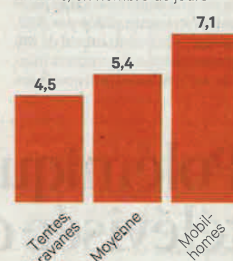
Mieux équipés, offrant une qualité de service et d'équipement plus élevée, les campings fournissent désormais des séjours proches des clubs de vacances et profitent d'une nouvelle clientèle amenée par la crise. En dix ans, le chiffre d'affaires du secteur a doublé pour atteindre 2,5 milliards d'euros. Avec presque 1 million d'emplacements sur 9.842 terrains, la France offre la première capacité d'hébergement de plein air en Europe (34 % des campings européens) et le deuxième parc au monde après les États-Unis. 42 % sont des 3 étoiles et plus.

Il s'en vend 50 par jour

Ce mode d'hébergement attire 6 millions de personnes chaque année. « C'est un laboratoire prisé sur le vivre ensemble qui participe à la mixité sociale », insiste la Fédération. Alors que les adeptes de la tente sont généralement jeunes ou de CSP à revenus moyens, les loca-

Durée moyenne du séjour au camping

En 2013, en nombre de jours



« LES ÉCHOS » / SOURCE : FNHPA

taires de mobil-home sont pour beaucoup d'anciens clients d'hôtels clubs séduits par les équipements et services haut de gamme proposés aux familles : piscines, tennis, salles de gym, restaurants... « L'installation de mobil-homes permet à ces sites de monter en gamme avec une offre premium tout en conservant la flexibilité nécessaire pour s'ajuster précisément à la demande en ajoutant ou en enlevant des unités de location », explique un professionnel.

Le secteur voit également apparaître des offres de luxe comme à Noirmoutier, où Alain-Dominique Perrin, ancien président de Cartier, propose des suites « lodges » avec jacuzzi sur la terrasse, peignoir et champagne en front de mer.

Le marché des mobil-homes pourrait encore doubler à court terme, selon Homair Vacances. Pour 20.000 à 50.000 euros pièce, il s'en vend aujourd'hui 50 par jour (20.000 par an), exploités en location ou comme résidence secondaire pour les foyers aux moyens limités. — P. M.

Les chiffres clefs

300

DESTINATIONS

Le nouvel ensemble est implanté dans 7 pays en Europe : France, Espagne, Italie, Croatie, Portugal, Autriche, Pays-Bas. 95 % de ses emplacements se situent en campings 3 étoiles et plus.

7.415

EUROS

Le revenu par unité locative est passé depuis 2005 de 5.327 euros à 7.415, soit une progression annuelle de 5 %.