

**INDUSTRIE & SERVICES**

# Le numéro un européen dépasse le million de clients

**Rebaptisé « European Camping Group », l'ex-Homair Group s'est transformé en dix ans en numéro un européen multimarque.**

L'hôtellerie de plein air a un nouveau numéro un européen depuis vendredi dernier : European Camping Group. Le français Homair Group, contrôlé à hauteur de 70 % par le géant américain de la gestion d'actifs Carlyle – l'ex-proprétaire d'Homair, Montefiore Investment, détient encore 25 % du capital, le management en ayant 5 % –, a en effet annoncé vendredi dernier son changement de nom, reprenant de facto celui d'une entreprise néerlandaise du secteur qu'il avait acquise l'an dernier. Sans préavis, ni même planification, l'opération n'a rien d'un coup marketing.

En reprenant le nom d'European Camping Group, la direction de l'ex-

Homair compte en effet mettre en exergue son européanisation, menée au pas de charge depuis 2010 et la reprise de Thomson Al Fresco auprès du géant du tourisme TUI – cette expansion hors de France s'étant, de surcroît, accompagnée de la constitution d'un portefeuille de marques au fil de ses rachats.

## Stratégie de consolidation

De fait, le groupe, dont le chiffre d'affaires s'est élevé à 223,8 millions d'euros au terme de son exercice 2015-2016 (+30 % et +8 % environ à base comparable), soit quasiment onze fois celui constaté dix ans auparavant, ne réalise plus qu'un quart de son activité sur le marché français sous la marque Homair. L'essentiel est donc généré via ses marques anglaises Al Fresco et Eurocamp, cette dernière couvrant également les Pays-Bas et l'Allemagne, et néerlandaises Roan et Go4Camp, aussi présentes outre-Rhin.

Ce portefeuille de marques n'est pas que complémentaire sur le plan géographique, souligne son président, Alain Calmé. Ainsi, détaille-t-il, Al Fresco et Roan sont des marques « premium », tandis qu'Homair et Eurocamp sont « moyen-haut de gamme » et Go4Camp « repositionnée moyen de gamme ».

Quant au parc du groupe, il se répartit aujourd'hui dans quatre destinations : France, Espagne, Italie et Croatie. Au total, European Camping Group compte 20.000 unités locatives – des mobil-homes pour plus de 90 % du parc – sur 300 campings, dont 24 détenus en propre. Le numéro un européen de l'hôtellerie de plein air, qui a franchi la barre du million de clients lors de son dernier exercice (1,072 million, contre 0,8 million en 2014-2015), reste plus que jamais offensif. Comme l'observe son président, « le marché reste porteur » et « sa consolidation va se poursuivre ». — C. P.