

Pierre Houé, président de Capfun :

« Nous lançons la marque Clico Chic pour segmenter et clarifier notre offre »

17 mars 2023

Par Jean-Guilhem de Tarlé de L'OT

Président-fondateur du groupe Capfun (190 campings en propre), Pierre Houé présente en exclusivité pour L'OT sa nouvelle marque baptisée Clico Chic. Une nouvelle enseigne destinée à clarifier les offres du groupe. Elle s'adresse à des clients qui recherchent des campings à taille humaine tournés vers le slow tourisme.



L'OT : Vous lancez Clico Chic, une nouvelle enseigne aux côtés des campings Capfun. Pourquoi ?

Pierre Houé : Chez [Capfun](#), nous avons un large catalogue de campings de différentes tailles avec différents niveaux d'animations. Différencier certains établissements nous semblait important pour une meilleure compréhension par nos clients. Jusqu'à présent, nous distinguons nos campings à travers des catégories « Fun Doses » : verte pour les campings calmes, bleue pour les campings animés, violette pour nos établissements très animés et rouge pour le maximum d'animation. De fait, depuis toujours nous attirons tous types de clientèles. Il n'en reste pas moins que le nom Capfun est très orienté camping-club.

Il nous a donc semblé opportun de repositionner notre offre de campings plus petits (à taille humaine) en affichant une nouvelle marque qui propose une expérience de vacances immédiatement compréhensible par le client. Nous avons souhaité être plus clairs sur notre offre pour qu'elle soit en phase avec ces attentes. Ainsi, nous basculons

nos petits campings qui étaient dans la Fun dose verte sous [l'enseigne Clico Chic](#). Et nous reprenons des campings qui intègrent directement cette marque.

Quelle expérience de vacances proposent les campings Clico Chic ?

Ce sont généralement des campings de 100 à 200 emplacements, même si certains peuvent être plus grands (NDLR : la moyenne des campings Capfun est de 340 empl.). Ils sont situés dans des emplacements exceptionnels avec parfois des contraintes urbanistiques qui font qu'ils ne peuvent pas avoir de gros équipements comme dans les Capfun. Ils proposent tous néanmoins une piscine et un espace bien-être. Concernant l'animation, elle sera plus légère, mais il y en aura toujours car cela reste attendu par les familles. Les clico Chic ont tous un mini-club par exemple.

Dans ces campings nous sommes plus tournés vers le slow tourisme dans un univers qui invite à se resourcer avec une végétalisation qui doit être parfaite. Mais aussi qui est ouvert sur le territoire environnant. Pour résumer, ce sont des adresses toutes différentes avec chacune son identité, mais calmes, un peu bobo, à l'opposé des campings clubs. Des établissements au sein desquels il doit y avoir une vraie proximité entre les clients et le personnel du camping. Idéalement, le client doit connaître le directeur et pouvoir l'appeler par son prénom.

Quels sont vos objectifs en nombre de campings Clico Chic ?

Nous ne réfléchissons pas en nombre. Nous achetons les campings qui nous plaisent à des prix qui correspondent au marché. Pour la saison 2023, il y aura une grosse vingtaine de campings Clico Chic en France. Cela dit, pour être visible et reconnu, il faut avoir un certain nombre d'établissements et surtout d'emplacements. Avec 10 ou 15 campings, c'est insuffisant pour être connu et impacter le marché. A mon sens, il faut avoir plus de 10 000 emplacements pour devenir une marque visible. Pour Clico Chic, avec une moyenne de 150 emplacements par camping, cela signifie qu'il en faudrait entre 70 et 80. Nous allons faire connaître cette nouvelle marque à travers différents canaux de communication et auprès de nos nombreux clients en leur expliquant que nous segmentons clairement notre offre.

Concernant notre communication, je profite de cette interview pour rappeler que Capfun n'est pas un ennemi des petits campings. Quand nous communiquons dans le métro parisien par exemple, tous les campings en profitent, quelle que soit leur typologie. Y compris donc les petits établissements.

Concernant l'actualité de la profession justement. Que pensez-vous de la pétition qui souhaite imposer un quota d'emplacements nus dans les campings ?

Je n'y suis pas favorable. Cette pétition à laquelle adhère Philippe Bossanne, président d'Huttopia, ne va pas dans le bon sens. Tous les campings se distinguent de manières différentes. Il y a ceux qui favorisent le Résidentiel, d'autres les emplacements nus, etc. Je ne critiquerai jamais les choix des uns et des autres. Chacun doit être libre d'avoir ou non des emplacements nus. Mais il ne faut jamais oublier que c'est le mobile-home qui a sauvé la profession... et de nombreux petits campings. Je salue d'ailleurs l'énorme travail réalisé par Nicolas Dayot, président de la FNHPA.