

Nouvelle dynamique pour **Welcome Campings**

Reprise à l'automne dernier, la chaîne Welcome Campings connaît une nouvelle dynamique avec une soixantaine d'adhérents et un nouveau plan de communication basé sur des thématiques.

Depuis sa reprise en septembre dernier par une nouvelle équipe dirigeante (lire L'OT n° 389), la chaîne Welcome Campings a mis sérieusement le pied sur l'accélérateur pour se développer. En nombre d'établissements tout d'abord, puisqu'elle annonce mi-mai compter 65 campings adhérents contre 32 début mars. « Nous avons également une dizaine d'accords verbaux de campings qui souhaitent nous rejoindre, ajoute Guillaume Anjou, nouveau directeur marketing de la chaîne. Nous avons recruté début mars un nouveau commercial pour développer le réseau. Notre objectif est d'atteindre 110 adhérents à décembre 2020. »

En attendant, la nouvelle direction de la chaîne a souhaité mettre l'accent sur la communication à travers deux axes : le digital et la communication dans la presse grand public spécialisée dans les activités outdoor. Une communication (100 000 € de budget) qui repose sur des thématiques susceptibles d'attirer des vacanciers. En effet, depuis sa reprise, la chaîne veut se démarquer en jouant la carte des campings à thèmes. Chaque établissement doit afficher une ou plusieurs thématiques qui font l'objet d'un cahier des charges précis. « Nous avons recensé une quarantaine de thématiques comme le canoë, le VTT, l'équitation, la moto, l'œnotourisme, la pêche, l'escalade, l'observation de la faune... », rappelle le directeur marketing.

Lancement de magazines digitaux

Pour toucher les amateurs et les fans de ces activités, la chaîne a donc lancé une grande campagne de communication dans plus d'une trentaine de magazines comme *Le Cycle*, *Cheval Magazine*,

Passion Rando, *Rustica*, *La Revue du vin de France*, etc. Parallèlement, la chaîne a mis en ligne deux magazines digitaux consacrés à l'outdoor et à l'écotourisme : welcomeoutdoor.fr et welcomeecotourisme.fr.

« Nous voulons créer nos propres communautés de fans. Notre magazine *outdoor* (qui s'adresse plutôt au 25-40 ans) propose des articles (actualité, portrait de sportifs...) consacrés aux sports et aux activités de plein air : la moto, le bien-être, la randonnée, etc. Et il renvoie vers les campings de la chaîne qui sont axés sur ces thèmes. Idem pour notre magazine digital, *Welcome écotourisme*, qui déroule des articles orientés vers le slow tourisme, l'œnotourisme, le patrimoine, la gastronomie, etc. Un site pour les plus de 40 ans. »

Outre la création de ces deux magazines digitaux et une présence sur les différents sociaux (Facebook...), la chaîne a créé trois sites internet à commencer par welcomecampings.com qui n'est autre que le portail de réservation de la chaîne. « Nous avons également mis



en ligne un site grand public (welcomecampings.net) qui est un portail de présentation de la chaîne et de ses thématiques », indique Guillaume Anjou.

Une cotisation pour deux ans

Enfin, le troisième site est destiné aux professionnels de l'HPA. Intitulé welcomecampings.pro, il a pour vocation de présenter le positionnement de la chaîne et ses avantages à ceux qui envisagent de rejoindre un réseau. « En cette période compliquée pour les petits campings indépendants, nous avons également vocation à soutenir nos adhérents. Nous avons organisé plusieurs webinaires sur différents sujets (mesures sanitaires, etc.) mais aussi avec un expert-comptable, indique Guillaume Anjou. Nous avons également décidé de prolonger la durée de la cotisation (qui est de 150 € pour les moins de 50 emplacements et de 300 € pour les autres) jusqu'à la fin 2021. »

Jean-Guilhem de Tarlé