

REPORTAGE

Cala Llevadó

LA NATURE PRÉSERVÉE À FLANC



Perché sur les hauteurs de Tossa de Mar, sur la Costa Brava en Espagne, le camping Cala Llevadó jouit d'un environnement naturel privilégié et d'un panorama sur la Méditerranée. Au printemps 2018, il a été racheté par le groupe Sea Green, qui entend dynamiser son activité en lui apportant une touche de modernité.

Laetitia Bonnet

À quelques kilomètres du centre-ville de Tossa de Mar, en Catalogne, s'étendent les 17 hectares boisés du camping Cala Llevadó ****, nommé ainsi d'après la crique éponyme se situant en contrebas. Le groupe français Sea Green a racheté ce site à l'environnement naturel exceptionnel en mai dernier. Situé au cœur d'une forêt de pins offrant des emplacements ombragés avec vue panoramique sur la Méditerranée, à proximité d'une plage et de criques (dont une naturiste) aux eaux calmes et cristallines, le lieu avait tout pour séduire le nouveau propriétaire, à la recherche de destinations privilégiées.

Le camping Cala Llevadó a été créé en 1959 par deux familles cousines, les Aromir et les Collado. « Le tourisme a commencé après le tournage du film « Pandora y el holandés errante » d'Albert Luwin, en 1951 à Tossa de Mar, avec Ava Gardner. Avant, c'était la vigne. Il y avait des chèvres dans le camping! » raconte Ignasi Calvet, le directeur adjoint de Cala Llevadó, présent depuis 1984 en tant que saisonnier, et depuis 1993 dans l'équipe dirigeante. Le petit terrain du début s'est agrandi au fil des rachats des terrains voisins: dès 1983, le camping affichait 350 emplacements sur 14 hectares pentus, et des appartements en location saisonnière. À cette époque, les propriétaires déci-



dent de gérer le site en deux entités: aux Aromir, le camping, et aux Collado, les appartements. Ceux-ci se situent dans une zone distincte et ne font pas partie du rachat par Sea Green. Aujourd'hui, la famille Aromir se compose d'une fratrie de onze personnes en âge d'être retraitées. Aucun des 25 cousins de la nouvelle génération n'a souhaité s'investir dans le camping familial... La fratrie a donc décidé de vendre pour régler

ses affaires du vivant de tous et ainsi éviter des soucis de succession. Avec onze propriétaires, le dossier a pris du temps. Les prétendants étaient nombreux. Entité de la holding Jade, détenue par Patrick Teycheney, Sea Green a bénéficié de quelques atouts. La famille Teycheney a en effet une forte relation avec la Catalogne: d'origine catalane, Evelyne Teycheney, l'épouse de Patrick, détient une oliveraie dans la province

de Lerida. La holding possède en outre des parts dans le groupe Colisée, qui gère des Ehpad – notamment un à Barcelone. Autant d'éléments qui ont inspiré confiance à la famille Aromir. « Nous avons une logique d'offre sur l'arc Atlantique, avec six campings situés en Bretagne, en Vendée, dans le Pays Basque et en Dordogne... À terme, notre objectif était de racheter un site en Espagne. Cette occasion s'est présentée un peu plus tôt que prévu, mais nous avons été séduits par l'endroit » explique Pierre Testas, président de Sea Green Resort.

Miser sur le « glamping »

Le camping s'étend sur un immense terrain en pente jusqu'à la mer, aménagé en plateaux, et totalise 560 emplacements, dont 111 bungalows. Il a d'abord été dirigé par Francisco Aromir père, puis par son fils Francisco. Celui-ci a eu onze enfants: parmi eux, Fidel – qui prendra sa suite – et Pere, l'actuel directeur du



Le camping aménagé en terrasse bénéficie d'une piscine avec vue imprenable sur la Méditerranée.

REPORTAGE

DE MÉDITERRANÉE



camping après son frère – et ce jusqu'à la fin de l'année 2018. « Fidel Aromir avait une idée du camping très nature et préservait les emplacements nus. Quand Pere lui a succédé, il a décidé d'investir dans des bungalows, un choix devenu une nécessité pour faire vivre l'entreprise » explique Ignasi Calvet. Les premiers bungalows standards, rebaptisés « chalets » par Sea Green, ont donc pris place. Ces chalets en bois d'une ou deux chambres peuvent accueillir deux à quatre personnes. Certains disposent d'une cuisine et d'une salle de bain, et d'autres uniquement d'une cuisine. La diversification des hébergements a ensuite continué. En 2013, les propriétaires ont investi 140 000 € dans six cabanes forestières – appelées aujourd'hui les « cottages insolites ». Situés dans une zone spécifique du camping, ils bénéficient de la vue sur mer et de leur propre barbecue fixe – la prévention des risques d'incendie étant drastiques sur ce site. Fabriqués par



450 emplacements nus accueillent tentes, caravanes et camping-cars.

la société Casárbol, ces habitats en bois isolés avec de la laine de moutons de Gérone ont un design original et incluent toilettes, douche et micro-ondes. Deux autres cottages insolites ont complété l'offre en 2015, avec pour équipement un lit double. Mais l'investissement majeur de ces dernières années – plus d'un million d'euros en tout sur deux phases – se concentre sur la partie haute du camping, où un quartier a été créé en 2014 pour accueillir les « Chalets VIP » (anciennement les eco-bunga-

lows), avec leur propre parking et une réception dédiée pendant l'été. En chêne-liège, pour une meilleure isolation et intégration dans l'environnement, ils ont été fabriqués spécialement pour Cala Llevadó. Sur pilotis, ces 45 chalets de 28 m² (pour 3 personnes) à 51 m² (pour 6) – dont un de deux chambres aux normes PMR – possèdent une grande baie vitrée orientée sud, une terrasse abritée et la climatisation. Pour la saison 2019, 18 nouveaux mobil-homes Rideau seront installés vue mer dans une



45 chalets VIP de 28 à 51 m² sur pilotis, ont été créés spécialement pour le Cala Llevadó.



autre zone du camping. Ces « Cottages Privilège » auront deux ou trois chambres. « Ce site reste traditionnel, avec beaucoup d'emplacements pour des tentes. Nous souhaitons dynamiser l'activité en apportant d'autres types d'hébergements comme des chalets, des mobil-homes nouvelle génération, des lodges ou des Coco Sweet » précise Pierre Testas. Coté services et équipements, le camping compte une piscine, créée dès 1959, un espace de restauration d'une centaine de couverts en intérieur plus une terrasse surplombant la piscine, un bar lounge, des jeux pour enfants, un terrain de basket, une supérette ayant l'envergure d'un supermarché, une station pour camping-cars... Certains services s'adaptent aux besoins des clients: ils peuvent louer un frigo à la semaine ou profiter des trajets gratuits de navettes mis en place chaque jour de l'été entre 10 heures et 18 heures pour descendre et remonter de la plage.

Séduire de nouveaux pays

Le camping accueille une clientèle familiale. « Cette année, nous avons reçu beaucoup de Français, surtout en juillet. Nous comptons un tiers de clients fidèles, principalement hollandais et allemands. Le prix du plus beau camping européen « DCC Europa Preisträger 2018 » nous a été attribué par le DCC, le Club Allemand du Camping, une organisation professionnelle reconnue dont le guide recense de nombreux sites en Europe. Je n'ai cependant pas remarqué une augmentation des réservations depuis l'Allemagne. En basse saison, la clientèle espagnole de proximité vient pour le week-end. Mais nous voyons peu d'Espagnols l'été... peut-être pour des raisons politiques car ici, c'est la Catalogne! » s'esclaffe Ignasi Calvet. Le parc est pour l'instant 100 % locatif. Une partie du terrain est louée à des sociétés: Tohapi a installé 24 mobil-homes sur une zone allouée, l'agence Estivant gère 30 tentes aménagées à destination d'une clientèle monoparentale, et l'agence hongroise Világlátó loue depuis 24 ans un espace pour ses

Cala Llevadó en chiffres

- ✓ 4 étoiles
- ✓ 17 hectares
- ✓ 560 emplacements dont 111 bungalows
- ✓ 7 mois d'ouverture (1^{er} avril au 31 octobre)
- ✓ 30 salariés (dont 10 salariés à l'année)
- ✓ 40 saisonniers
- ✓ CA 2017 : 2,5-3 M€

REPORTAGE

Cala Llevadó

20 bungalows, pour des étudiants venant apprendre l'espagnol. Ces contrats assurent plus de 150 000 € de recettes au camping, qui a réalisé un chiffre d'affaires autour de 2,5-3 millions d'euros en 2017. « Pour la commercialisation, nous travaillons avec le TO Suncamp qui réserve des emplacements pour des caravanes et des tentes, ainsi que des chalets standards, surtout pour des clients hollandais. Nous passons par Booking également pour les chalets, Pitch Up pour les emplacements, ou encore Ctoutvert. Cela dit, la majorité des réservations arrivent par notre site internet, actuellement en pleine refonte, et celui de Sea Green » détaille Ignasi Calvet. « Nous souhaitons développer des relations avec d'autres TO et avec des pays pourvoyeurs de clients tels les pays nordiques, la Hongrie, la République tchèque... Nous allons participer à de grands salons nationaux et internationaux par le biais de Sea Green. Les congés sont morcelés aujourd'hui. Nous voulons cibler des catégories de clients en fonction de leurs modes de vie, comme par exemple les seniors » ajoute Pierre Testas.

Donner un nouveau souffle

Le groupe Sea Green a prévu une enveloppe d'un million d'euros pour réaliser des travaux, acheter de nouveaux hébergements, améliorer l'environnement... Dans le quartier des chalets VIP, une piscine dédiée va être construite. La piscine principale, elle, devrait être chauffée, ce qui permettra d'envisager une période d'ouverture plus longue. Le restaurant sera rajeuni et la partie lounge mieux aménagée pour en faire un vrai espace cocooning. « Nous voulons européeniser et moderniser la carte du restaurant. Mais aussi faire venir le restaurant aux clients : nous avons développé la livraison en mobil-homes dans certains campings, et ça fonctionne bien » constate Pierre Testas. « Notre objectif est de dynamiser le potentiel du camping. L'été, il est bien rempli. Nous souhaitons améliorer le taux de fréquentation en basse saison, en misant sur la clientèle des comités d'entreprise et des séminaires » indique Pierre Testas. Face à la réception principale, une grande maison auparavant occupée par les anciens propriétaires est désormais vide. Elle pourrait bientôt accueillir un spa, une salle de fitness et des salles de réunion. Par ailleurs, l'animation étant la marque de fabrique de Sea Green, le groupe envisage également de faire évoluer les propositions sur cet aspect. ■

« LE PLUS IMPORTANT, C'EST L'ÂME DU LIEU »

Le directeur adjoint travaille pour le camping Cala Llevadó depuis 1984, et est très attaché au site. Suite au rachat par Sea Green, sa motivation et son enthousiasme sont renouvelés.

Laetitia Bonnet

Ignasi Calvet est le meilleur ambassadeur du camping Cala Llevadó. Il en connaît le moindre recoin. Il a commencé à y travailler en tant que saisonnier à l'âge de 18 ans en 1984, et n'en suis jamais vraiment parti. « Je suis originaire de Vic, une petite ville près de Barcelone. Je suis venu à Tossa de Mar en 1983 pour travailler comme serveur, un peu par hasard. Après cette saison, j'ai trouvé que l'univers du tourisme était sympa. J'ai donc décidé d'étudier le tourisme à Gérone, et pendant mes trois années d'école, j'ai fait des saisons à Cala Llevadó » raconte-t-il. Son cursus terminé, il continue les saisons pour être libre de faire ce que bon lui semble en hiver. « Cela m'a permis de voyager, de travailler en hôtellerie, en agence de voyages. Je suis même parti deux hivers en tant que jeune homme au pair en Allemagne pour apprendre la langue, car beaucoup de clients allemands venaient à Cala Llevadó » se remémore-t-il. Ce désir d'apprentissage caractérise bien Ignasi Calvet, et a guidé tout son parcours. « J'avais envie de revenir chaque été car je m'entendais très bien avec Fidel Aromir. En mars 1993, il m'a proposé un poste à l'année comme chef de réception. Puis à partir de 1997, j'ai eu plus de responsabilités, je me suis occupé des réservations, de l'organisation. Je pense que Fidel voyait mon implication, ma motivation. À son départ en 2012, j'ai été nommé au poste de directeur adjoint » détaille-t-il. À l'instar d'Ignasi Calvet, certains salariés sont présents depuis 25 ans. Pierre Testas souligne d'ailleurs les grandes compétences de l'équipe en place. « La sélection du personnel est primordiale. Des gens motivés, ça se sent. Et parfois, il suffit de quelques réajustements pour améliorer une situation. Par exemple avant, il y avait cinq personnes à la réception : la coordination n'était pas forcément fluide.

Aujourd'hui, deux personnes s'en occupent et ça fonctionne mieux » constate Ignasi Calvet.

Un attachement et un dévouement sincères

Le directeur adjoint ne craint pas le changement de propriétaire, bien au contraire. « Pour moi, le changement est positif. Le rachat par Sea Green nous donne une nouvelle motivation. Je sens que je peux exprimer mes idées, mes attentes, je suis écouté. Je partage la vision de Sea Green sur le camping. Il est nécessaire de proposer des produits différents des autres campings. Certains de nos emplacements sont petits, or les mentalités ont changé, les gens veulent plus d'espace. Du locatif serait plus adapté sur ces zones. Et il faut accorder de l'importance aux enfants, notamment au niveau des hébergements. Les campings deviennent des concurrents des hôtels-clubs. L'évolution la plus importante ici, c'est le changement de clientèle. Lorsqu'ils sont dans des tentes, les clients se tournent plus vers les autres. En bungalows, c'est un peu comme à l'hôtel : on constate de la distance entre les gens, car chacun a son espace privé. Pour moi le camping idéal est familial, avec un bon niveau de service pour que les clients se sentent aussi bien que chez eux, et non pas comme des numéros » analyse-t-il. Le directeur adjoint apprécie le contact, le fait de pouvoir aider aussi. « Un réceptionniste qui se borne à faire le check-in, ce n'est pas assez selon moi. Dans le poste que j'occupe, j'aime beau-



Laetitia Bonnet

Ignasi Calvet travaille au Cala Llevadó depuis plus de 30 ans.

coup l'aspect organisationnel, gérer les salariés, réfléchir à des stratégies pour, par exemple, attirer les clients hors saison. Cela peut passer par des offres promotionnelles, faire venir des jeunes en tentes, miser sur la fête nationale de la Catalogne... » énumère-t-il, enthousiaste. Très attaché à ce camping, Ignasi Calvet est prêt pour le renouveau avec le groupe Sea Green. « J'ai tout appris ici, j'ai évolué en tant que personne et en tant que professionnel. J'aime profondément cet endroit, j'y ai beaucoup de souvenirs. L'ancien président de l'association des campings de Catalogne m'a dit un jour : "Tu ne travailles pas à Cala Llevadó, tu ES Cala Llevadó!" » sourit-il. « Llevadó » signifie « lever l'ancre ». Ignasi Calvet est, lui, bien ancré sur ce territoire et souhaite y rester. ■



Ignasi, à la terrasse du restaurant, en compagnie de Caroline et Evelyn Teycheney.