

REPORTAGE

taurants passent par les mêmes fournisseurs, et plus globalement tous les sites par la centrale d'achat Procuris.

Miser sur une clientèle variée

Les établissements Sea Green se veulent conviviaux, familiaux, sur le créneau du haut de gamme un peu chic et ludique. La communication et l'image ont été totalement retravaillées. Une mascotte, la chouette Choupette, circule dans les campings. Et Jean-Marie Senghor tient à perpétuer son « rhum du patron » : il fabrique chaque année, avec des clients venus l'aider, un rhum spécial, ensuite vendu ou offert. Il tient aussi à fédérer les différents sites du groupe en rassemblant ses équipes lors de séminaires avant et après la saison pour créer une émulation et des synergies entre les gens, les produits. « Pour que ça marche, il faut quelqu'un qui sert de guide, et tout le temps animer les équipes pour avancer » sourit-il.

En cette première saison d'exploitation, la clientèle historique du Domaine des Grenettes est présente – française à 80 %. « Nous accueillons aussi 10 % de Belges – par le passé, le Domaine travaillait avec un autocariste belge – ainsi que des Britanniques sur les emplacements nus. Et des clients fidèles au groupe souhaitent découvrir une nouvelle destination » constate-t-il. L'équipe commerciale de Sea Green est encore jeune. Les bureaux ont ouvert en septembre dernier près de Bordeaux. Le groupe compte sur la structure nouvellement mise en place pour la suite. « Pour l'instant, nous allons chercher des clients individuellement via nos sites internet, de l'e-mailing et une présence dans des guides touristiques. Nous exploitons la partie événementielle : nous proposons une dizaine de salles pour des séminaires, et la grande salle de mariage. Nous voulons multiplier les typologies de clients : nous serons présents sur des salons en Grande-Bretagne, en Allemagne et au Benelux pour cibler une clientèle étrangère, et allons démarcher la clientèle des comités d'entreprise. Nous remplissons nos établissements en locatif en direct, par des propriétaires, ou via des T.O. Nous avons des accords avec des T.O. comme Locatour, ou des spécialistes comme Pitch Up (emplacements nus), et bien sûr avec Booking, Expedia... » précise-t-il. Le camping, qui a obtenu 4 étoiles en avril, sera désormais ouvert à l'année grâce aux mobil-homes « 4 saisons », tout comme l'hôtel. ■

Jean-Marie Senghor

« MA MOTIVATION AU QUOTIDIEN, C'EST LE PLAISIR »

Son expérience dans l'hôtellerie de luxe lui a donné le goût de l'exigence et du haut de gamme ; la vie et les rencontres ont forgé son besoin de partager et l'énergie d'entreprendre. Le credo de Jean-Marie Senghor, ce sont des campings alliant respect de l'environnement et modernité technologique.

Laetitia Bonnet

Jean-Marie Senghor est un homme de terrain, de projets, modeste et efficace, qui visite les sept campings du groupe Sea Green chaque semaine. Initialement formé à l'hôtellerie de luxe à la « Sup de Co » d'Aix en Provence, spécialité Tourisme, il a choisi après quelques belles expériences de s'orienter vers l'hôtellerie de plein air pour son aspect festif, le partage et le contact, plus faciles qu'en hôtellerie. « C'était un monde où il y avait tout à faire – notamment autour de l'événementiel. C'était passionnant et plus simple à mettre en œuvre en HPA qu'en hôtel, car la concurrence était moins forte à l'époque. Nous disposions d'une plus grande liberté » se souvient-il.

Il débute sa carrière au siège du groupe Lucien Barrière, puis devient directeur d'hôtels dans le Morbihan et à Nantes. En 1995, il prend la direction de l'hôtel Les Jardins de l'Atlantique en Vendée, à Talmont-Saint-Hilaire, où il insuffle une thématique événementielle, son autre passion. Une passion telle qu'il finira par créer son agence d'événementiel en 2000, entre Paris et la Vendée, avec une orientation artistique. Il rejoint en 2004 le camping Yelloh ! Village Le Littoral (Talmont-Saint-Hilaire), puis en 2008 prend le poste de directeur d'exploitation pour Vagues Océanes. En réfléchissant à des solutions pour réduire les charges d'un camping, il comprend que les économies d'énergie via la domotique peuvent être une bonne piste, tout en apportant du confort aux clients. Avec des partenaires comme Mobil-Home Rideau et Delta Dore, ils co-développent le premier mobil-home intelligent. Vagues Océanes est ainsi le premier groupe

français à intégrer les mobil-homes équipés de la technologie « Gestion technique centralisée » avec le pack MOB'I, qui comprend un automate installé dans l'habitacle et différents capteurs, le tout relié à une centrale informatique. Cet « eco-mobil-home » doté de nouvelles technologies sera la base de Sea Green, la prochaine aventure professionnelle de Jean-Marie Senghor qui, entrepreneur dans l'âme, ressent de nouveau l'envie de voler de ses propres ailes. Il fonde le groupe en 2013 avec trois autres associés, et se charge de l'exploitation au quotidien. « On dénombre 38 métiers différents sur un camping ! Un directeur d'exploitation doit aujourd'hui avoir une multitude de connaissances. Le métier s'est complexifié » note-t-il. Les associés achètent leur premier camping, Le Paradis**** à Talmont-Saint-Hilaire, puis rapidement un second, L'Émeraude***** à Saint-Briac-sur-Mer en Bretagne. Une station balnéaire que cet homme énergique connaît bien car sa mère en est



Jean-Marie Senghor, directeur d'exploitation du groupe Sea Green.

compose de trois divisions : les EHPAD (via un actionnariat dans le groupe Colisée), la division « Property Management » (qui inclut l'hôtellerie de plein air et la filiale « Châteaux et Vignobles en Héritage »), et la division

« Mes choix de carrière ont toujours été liés à une rencontre »

originale, et son père, Auguste Senghor – neveu de l'ancien président de la République du Sénégal Léopold Sédar Senghor – en a été maire de 2008 à 2014 !

Devenir un acteur significatif

Le groupe Sea Green poursuit son développement en reprenant la gérance du camping Les Iles***** à Pénestin dans le Morbihan, puis celle de l'Erreka****, situé à Bidart dans le Pays Basque. Le groupe couvre ainsi une bonne partie de l'Arc Atlantique. Mais pour aller plus loin, il devient nécessaire de faire appel à des partenaires financiers. « Mes choix de carrière ont toujours été liés à une rencontre. J'ai croisé la route de Patrick Techeney, un entrepreneur bordelais qui a réuni toutes ses activités sous la holding Jade. C'est un clan familial avec de vraies valeurs humaines et une grande expertise financière » souligne Jean-Marie Senghor, désormais associé minoritaire et sans ses anciens associés, partis. La holding se

Art de Vivre (vignobles et oliveraies). La holding, déjà propriétaire du camping Les Forges**** sur le Bassin d'Arcachon, voulait continuer à investir dans l'HPA et « m'a donné une capacité de développement en rachetant Sea Green, tout en étant très respectueux du quotidien des sites et du travail de l'exploitant », dit-il. Depuis, le camping Erreka a été racheté en propriété, celui des Iles ne fait plus partie du groupe, et Sea Green a acquis trois autres sites en 2018 : Le Domaine des Grenettes****, le Gibanel**** en Dordogne, et Cala Llevado**** en Espagne. « En un an, nous avons connu un très fort développement. Notre volonté est de devenir un acteur significatif du marché. Nous possédons plus de 2000 emplacements, et visons le double d'ici deux ans. Notre camping idéal compte 300-350 places pour rester à échelle humaine, 4 ou 5 étoiles, sur une destination forte, verte ou maritime, où l'on souhaite véhiculer nos valeurs » décrit-il. Prochain objectif d'ici l'hiver 2018 : un site sur la Méditerranée française. ■