

Cap France conforte sa place de leader

Le groupe de villages vacances et hôtels club Cap France, présent sur 92 destinations en France, dévoile sa nouvelle stratégie. Fort d'un chiffre d'affaires annuel de 105M€ et 400 000 clients, la marque renouvelle ses produits et continue de se positionner comme un acteur incontournable des vacances des Français en 2019.

UN CLASSEMENT INÉDIT EN TROIS GAMMES

Cap France change son classement et lance trois nouvelles gammes : Authentique, Avantage et Exception. Une première pour la filière des villages vacances en France. Ce classement répond aussi à la diversité des clientèles de Cap France, dont les âges, les budgets, les priorités, les styles de vacances varient.



En montant en qualité sur l'ensemble de son parc, la marque propose ainsi une nouvelle expérience villages avec un confort revisité.

En 2018, ce sont plus de 30 millions d'euros qui ont été investis par ses établissements afin de répondre aux nouvelles attentes de la clientèle.

DEUX NOUVELLES DESTINATIONS EN 2019

En 2019, deux nouveaux établissements viennent renforcer le parc des villages Cap France (comptant déjà 15 000 lits en 2018) : l'Hôtel Club du Lac d'Orient à Mesnil-Saint-Père (Champagne, à 30 mn de Troyes) et l'hôtel club de l'Estérel à Théoule-sur-Mer (Côte d'Azur, 20mn de Nice) avec une ouverture prévue au printemps prochain.



Basée sur une adhésion volontaire, la marque poursuit son développement et entend proposer de nouvelles destinations dans les prochains mois.

UN NOUVEAU SITE 100% DÉDIÉ AUX GROUPES

En parallèle de sa stratégie de reconquête des clientèles familiales et individuelles, Cap France confirme son statut de leader sur le marché des randonneurs et des groupes avec le lancement d'un nouveau site leur étant 100% dédié : www.capfrance-groupes.com.

En 2019, la marque renforcera également son produit cyclo, en partenariat avec la Fédération française de Cyclotourisme (FFCT). Rendez-vous est donné au salon Destinations Nature du 14 au 17 mars 2019 (Paris-Expo, porte de Versailles).

UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE

Enfin, Cap France s'est doté d'une nouvelle identité visuelle, plus épurée, plus jeune, soulignant la nouvelle dynamique engagée par le réseau.

Fort des objectifs affichés par le groupe, son Président – André MONCHY - et son Directeur général – Damien DUVAL – rappellent l'importance de poursuivre ses transformations tout en garantissant un tourisme de qualité, respectueux des territoires et intégré à l'Économie Sociale et Solidaire.

A PROPOS DE CAP FRANCE

Présent sur toutes les régions françaises, Cap France est N°1 des villages vacances et hôtels clubs. Le groupe Cap France puise ses valeurs dans une longue histoire associative, depuis 1949. Sur chacun des territoires où il est implanté, il s'affiche comme un acteur du développement local, aux côtés des collectivités, des associations, des producteurs et des artisans. Attentifs aux évolutions de la société française, ses villages et hôtels clubs s'engagent, dans leur gestion, pour la protection de l'environnement (lutte contre les gaspillages alimentaire et énergétique, qualité des produits, saisonnalité, circuits courts...) et portent des valeurs de partage et de solidarité.

CONTACT PRESSE

Vianney HUGUENOT | 07 88 93 66 75 | vianney.huguenot@gmail.com