



RAPPORT D'ACTIVITE 2024

CAMPING D'ETENNEMARE

SAINT VALERY EN CAUX

Groupe SEASONOVA



L'Expérience Slow Life

Le **mouvement « doux »** (angl. **slow movement**, appelé aussi **slow attitude**) prône une transition culturelle vers le ralentissement de notre rythme de vie, l'adoucissement des pressions modernes et l'appréciation des choses simples. Il s'oppose à un nombre de tendances qu'a vues naître le xx^e siècle telles que la restauration rapide (et donc la malbouffe), le tourisme de masse, l'hyperconnexion, la consommation démesurée...

WIKIPEDIA

Le Slow Tourisme

C'est la qualité plutôt que la quantité, c'est étirer le temps, c'est déguster, c'est retrouver l'esprit du voyage : découverte, rencontre, surprise... pour se faire du bien



Sommaire

RAPPORT D'ACTIVITE 2024

1	RAPPORT TECHNIQUE	p4
2	RAPPORT FINANCIER.....	p6
3	RAPPORT D'ACTIVITE.....	P7
4	RAPPORT COMMERCIAL.....	p12
5	QUALITE DU SERVICE.....	P14
7	ANNEXES	

Documents comptables :

Bilan

Attestation d'assurance

Contrôles

I RAPPORT TECHNIQUE

Les dates d'ouverture du camping ont été les suivantes : du **4 avril au 30 septembre 2024 pour le tourisme et de mi-janvier à mi-novembre pour les résidents.**

A – Effectifs du service d'exploitation

Pour cette onzième saisons, l'équipe du Camping d'Etennemare était composée de la manière suivante :

Responsable de Site : Francois kevin et Francois Leloir amanda

Réceptionniste : Cathy Berlemont (contrat d'alternance futur gérant de site touristique)

Lorette Paillette (CDD saisonnier – temps plein juillet et aout)

Agents polyvalents :

- Dubray severine (CDD saisonnier temps plein du 01/03 au 30/09)
- Dubray arnaud (CDD saisonnier temps plein du 01/03 au 15/09)
- Dubray Nathan (CDD saisonnier temps plein du 01/06 au 17/09)
- Laura Quemar (CDD animation 01/07 au 31/08)
- Lhena Philippe (CDD animation 01/08 au 25/08)

Agents de propreté :

- Catherine Canu (CDD saisonnier mi-temps 01/07 au 31/08)

B - Inventaire et état des équipements confiés

Le camping d'Etennemare compte 10 Cottages évasion 2 chambres, 3 Cottages évasion 3 chambres, 10 Cottages prestige ,10 écolodges 2 chambres et 10 chalets

Les 10 chalets sont loués uniquement aux travailleurs en déplacement, ne répondant plus aux demandes des touristes dû à leur âge avancé (40 ans). Les chalets seront détruits à la fin de la saison 2024 pour faire place à de nouvelles locations plus moderne.

Anomalies rencontrées saison 2023 :

- Fissures des bâtiments sanitaires, salle d'animation ;
- Revêtement bicouche des chaussées très abimé à l'entrée du camping ;
- Problème récurrent avec un de nos voisins qui réprimande chaque caravane et camping-car qui se gare sur le parking à l'entrée du camping

- Rapports de visites des organismes de contrôle

- Contrôle des dispositifs incendies (entreprise desautel)
- Contrôle qualité de l'eau (laboratoire labeo)
- Contrôle qualité de l'eau de piscine (laboratoire labeo)
- Contrôle et entretien des chaudières (entreprise MTO)

De manière générale, l'ensemble des contrôles réglementaires sont vérifiables grâce au registre de sécurité à disposition sur site.

II RAPPORT FINANCIER

Le camping d'Etennemare a ouvert ses portes pour la saison 2024 début avril, malgré une fréquentation touristique en repli par rapport à l'été 2023 en Normandie le chiffre d'affaire est en hausse de 7% par rapport à la saison 2023.

Pour ce 12 -ème exercices, le chiffre d'affaires total s'élève à **581 111€ HT** (255246 € pour les locatifs, 131000€ pour les emplacements nus, 94000 pour les emplacements résidentiels et 100 865€ pour les ventes annexes)

Zoom sur les grands postes comptables :

- Charges personnel : **145000 €** (hors sous-traitance)

Charges des fluides :

- **19568 €** pour l'électricité
- **38000 €** pour l'eau
- **7310 €** pour le gaz

- Publicité : **7198 €**

Cf. ANNEXE: Documents comptables

III RAPPORT D'ACTIVITE

Le camping d'Etennemare, a su mettre en avant un **accueil privilégié et sur-mesure**. Effectivement, la clientèle a pu bénéficier d'un **accueil personnalisé**, comme :

- Création d'un nouveau pôle accueil
- Mail et appel de confirmation, pour une arrivée plus sereine
- Accompagnement jusqu'à leur locatif
- Carte du BAM (produit locaux)

Tourisme au niveau national (source Insee 03/10/2024)

La fréquentation des hébergements collectifs de tourisme durant la saison estivale 2024 n'atteint pas le niveau particulièrement haut de la saison 2023. La clientèle non résidente revient plus nombreuse mais cela ne suffit pas à compenser le repli de la clientèle résidente. Seule la fréquentation des campings augmente en 2024, tirée par les touristes non résidents, en particulier européens, tandis que dans les hôtels, la clientèle en provenance des pays voisins baisse. Les massifs de montagne sont un peu plus fréquentés qu'en 2023, contrairement au littoral. Malgré les Jeux Olympiques de Paris, la fréquentation en Île-de-France des hébergements collectifs touristiques est en repli sur l'ensemble de la saison (mai à août)

A retenir pour les campings Normands durant la saison estivale 2024 (août)

Source Insee <https://www.insee.fr/fr/statistiques/8295475>

La fréquentation touristique est en repli par rapport à l'été 2023

Durant la saison estivale 2024 (d'avril à septembre), les hébergements collectifs de tourisme normands enregistrent plus de 12,2 millions de nuitées (**figure 1**). La Normandie figure ainsi au 9^e rang des régions de France métropolitaine pour le nombre de nuitées, derrière la région Grand Est et devant les Hauts-de-France. La région se situe d'ailleurs au même rang s'agissant des capacités des hébergements collectifs de tourisme. Sur l'ensemble des campings, hôtels et autres hébergements collectifs de tourisme (AHCT : résidences de tourisme, villages de vacances, etc.) le nombre de nuitées diminue de 3,4 % en Normandie entre les saisons 2023 et 2024, un recul supérieur à celui observé au niveau national (-2,0 %). En Normandie, la fréquentation est en forte baisse dans les AHCT (-9,5 %) et, plus modérément, dans les hôtels (-2,3 %) et les campings (-2,0 %). Le nombre de nuitées enregistrées dans les campings (5,4 millions) dépasse celui des hôtels (5,0 millions) pour le deuxième été consécutif.

Lors de cette saison estivale 2024, le nombre de nuitées des touristes résidents recule nettement plus en Normandie (-6,9 %), qu'au niveau national (-2,7 %). Parmi les régions métropolitaines, seule la Bretagne enregistre une baisse plus importante (-7,4 %). Cette fréquentation des touristes résidents diminue plus fortement pour les AHCT (-12,2 %), que pour les hôtels (-5,7 %) et les campings (-5,4 %).

En revanche, avec 5,2 % de nuitées supplémentaires (-0,6 % au niveau national), les touristes non-résidents sont venus en plus grand nombre dans la région cette saison qu'au cours de l'été 2023. Cette progression place la région au 3^e rang des régions métropolitaines. La clientèle non-résidente représente désormais plus de trois nuitées sur dix au sein des hébergements collectifs de tourisme normands. Les AHCT (+8,6 %), les hôtels (+6,0 %) et les campings (+4,1 %) bénéficient tous de cette croissance.

Figure 1 – Nombre de nuitées de la saison d'été 2024 et évolution par rapport à 2023, par département et type d'hébergement

Calvados	5 648	33,4	-2,5	-6,9	7,5
Eure	1 052	26,4	-7,8	-13,0	10,5
Manche	2 602	29,8	-4,2	-7,5	4,7
Orne	380	15,5	3,2	1,9	10,7
Seine-Maritime	2 550	34,2	-3,4	-4,6	-0,8
Normandie	12 231	31,6	-3,4	-6,9	5,2
<i>dont campings</i>	<i>5 363</i>	<i>37,2</i>	<i>-2,0</i>	<i>-5,4</i>	<i>4,1</i>
<i>dont hôtels</i>	<i>5 006</i>	<i>31,6</i>	<i>-2,3</i>	<i>-5,7</i>	<i>6,0</i>
<i>dont autres hébergements collectifs touristiques (AHCT)</i>	<i>1 862</i>	<i>15,8</i>	<i>-9,5</i>	<i>-12,2</i>	<i>8,6</i>
France métropolitaine	318 404	31,2	-2,0	-2,7	-0,6

- Lecture : d'avril à septembre 2024, plus de 12,2 millions de nuitées ont été passées en Normandie, dont 31,6 % par des touristes non-résidents. Ces nuitées sont en baisse de 3,4 % par rapport à 2023.
- Source : Insee, Enquête sur la fréquentation des hébergements collectifs de tourisme (résultats de septembre 2024 provisoires pour l'hôtellerie et les AHCT).

À l'exception de l'Orne, la fréquentation touristique diminue dans tous les départements normands

Avec 10,8 millions de nuitées cumulées au cours de l'été 2024, les départements du Calvados, de la Manche et de la Seine-Maritime représentent près de 90 % de la fréquentation touristique en Normandie. Cette part est comparable à celle de ces trois mêmes départements s'agissant de l'offre d'hébergements touristiques dans la région. Le nombre de nuitées est en baisse par rapport à 2023 dans tous les départements normands, avec des évolutions allant de -2,5 % à -7,8 %, à l'exception de l'Orne (+3,2 %). À l'exclusion de ce dernier département, la clientèle résidente est moins nombreuse dans tous les autres départements normands, avec des évolutions fluctuant de -4,6 % en Seine-Maritime à -13,0 % dans l'Eure. La fréquentation de la clientèle non-résidente baisse légèrement en Seine-Maritime (-0,8 %), mais progresse dans les autres départements de la région.

La fréquentation des campings est en baisse dans le Calvados (-0,6 %) et la Manche (-3,6 %), deux départements qui cumulent près de huit nuitées régionales sur dix pour ce type d'hébergement, ainsi qu'en Seine-Maritime (-7,2 %). La fréquentation hôtelière recule, quant à elle, dans tous les départements de la région, de -0,3 % dans le Calvados à -6,7 % dans la Manche. Enfin, le nombre de nuitées dans les AHCT diminue dans le Calvados et l'Eure, mais augmente dans les trois autres départements normands.

La fréquentation touristique diminue, à l'exception du mois d'août

Au mois d'août 2024, la fréquentation des hébergements collectifs de tourisme de la région progresse par rapport à l'année précédente (+5,6 % ; **figure 2**). Cette hausse résulte principalement de la croissance de la clientèle non-résidente (+10,9 %) dans le contexte des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris qui entraînent un net recul des nuitées non-résidentes en Île-de-France (-10,1 %). À l'exclusion des mois d'août et de mai (+0,6 %), le nombre de nuitées décroît les autres mois de la saison. La fréquentation touristique régionale baisse particulièrement en juin 2024 par rapport à juin 2023 (-3,9 %) et ce, malgré les festivités en lien avec le 80^e anniversaire du Débarquement (**encadré**). Elle décroche également assez fortement au cours du mois d'avril (-19,2 %).

Par rapport à 2023, la part de la fréquentation de la clientèle d'affaires diminue dans les hôtels de la région pour la deuxième année consécutive, en particulier en avril (36,4 % des nuitées, 42,2 % en avril 2023) et en mai (33,2 % des nuitées, 39,5 % en mai 2023).

Concernant le Camping

Pour la période du 1^{er} avril au 30 septembre, le camping d'Etennemare comptabilise au total **8889 occupation d'emplacements** (soit 5466 occupations pour les emplacements nus et 3423 occupations pour les locatifs)

1 Nombre de nuitée par mois.

Avril - 1038 nuitées dont 323 nuitées étrangères

Mai – 2933 nuitées dont 868 nuitées étrangères

Juin – 2898 nuitées dont 1236 nuitées étrangères

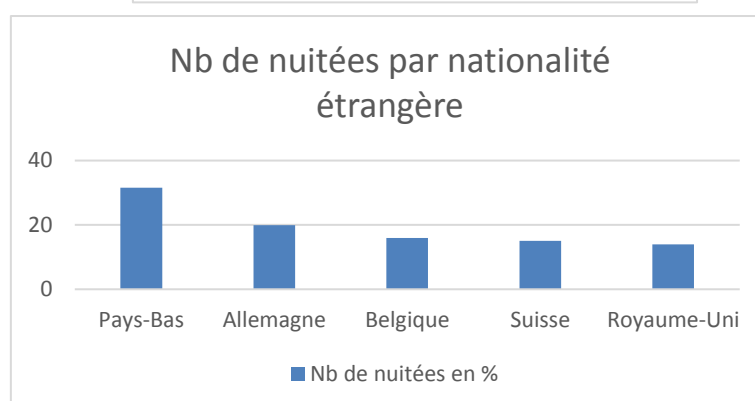
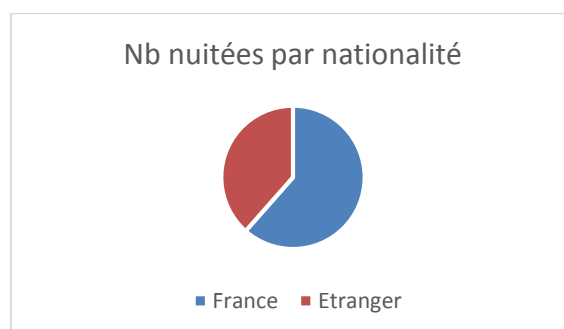
Juillet – 5599 nuitées dont 2866 nuitées étrangères

Aout – 8278 nuitées dont 3654 nuitées étrangères

Septembre – 2296 nuitées dont 1100 nuitées étrangères

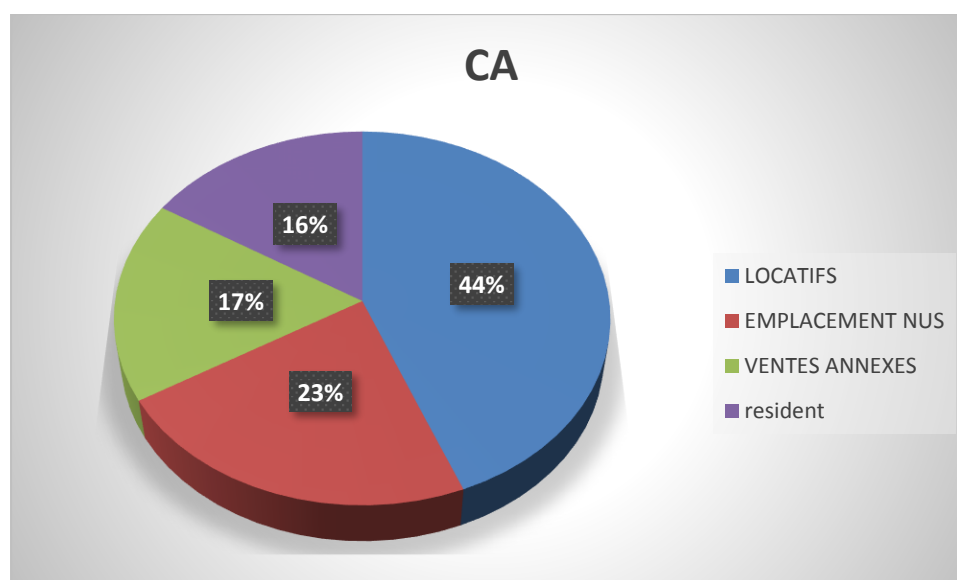
2 Nombre de nuitée par pays

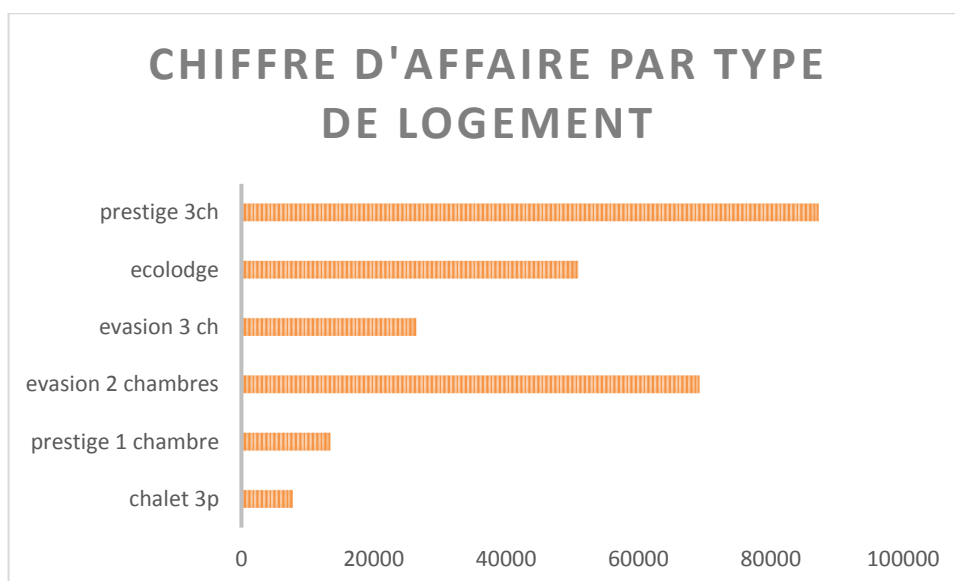
La fréquentation du camping d'Etennemare est conforme à la tendance nationale, avec principalement une **clientèle française (60.4 %)** et une **clientèle internationale (39.6 % : en tête la clientèle néerlandaise** avec 31,6 %, suivi des **allemands** (19,9%), puis des **belges** (15,9 %), des **suisses** (15 %) et des **britanniques** (14 %))



Répartition du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires 2024 se concentre à **44 % sur les locatifs** avec **255246 €** facturés, **23 %** sur les **emplacements nus** avec **131000 €** facturés, **16%** sur les **emplacements résidentiels** avec **94000€** et **17 %** sur les **ventes annexes**, avec **100865 €** facturés.





IV RAPPORT COMMERCIAL

A – COMMERCIALISATION

Notre démarche commerciale consiste notamment à :

- * Commercialiser le camping par l'intermédiaire de plusieurs TO à l'étranger via des actions marketing notamment en Allemagne, Pays Bas, Belgique et Angleterre.
- * Effectuer des campagnes sur Google Adwords, des promotions et bons plans via notre **centrale de réservation** et **un service commercial dédiés**.
- * Avoir un **bon référencement** sur internet

B PROMOTION

NOTRE STRATEGIE : L'ELARGISSEMENT ET LA DIFFERENCIATION DE NOTRE OFFRE

Depuis ses débuts, le Groupe SEASONOVA a engagé un processus de **montée en gamme** de ses campings et s'oriente vers la différenciation de son offre par ces **diverses prestations qualitatives**. Nous avons entamé une démarche de réflexion sur l'ensemble de ses campings afin de proposer à nos clients de nouvelles activités, dans **un cadre toujours plus naturel et identitaire** au Groupe.

Le Groupe SEASONOVA tend à consolider son positionnement à l'échelle Nationale sur le créneau du Camping traditionnel, en **mode Slow Life**, en opposition aux campings de typologie Club.

Ses objectifs consistent à proposer des prestations qualitatives à une **clientèle familiale avec jeunes enfants** par exemple.

C – SERVICES ET PRESTATIONS

Nous avons en 2024 développé les activités suivantes :

- **Animations** pour les **enfants et adultes** en basse saison doublé le poste d'animation en haute saison
- **Achat de mobil home prestige 1 chambre avec terrasse (80 000€)**
- Destruction des 10 chalets (fin de saison 2024)
- **Ouverture d'un Bar à Manger à partir de mi-mai**, à l'espace centre de vie (6 jours / 7)

Projets 2025 :

- Remplacement de l'aire de jeux (50000€)
- Réfection Enrobés entrée du camping (20 000€)
- Création de 24 emplacements nus en lieu et place des chalets (45000€)
- Installation de 2 sanitaires individuels (20000€)
- Création d'une terrasse (coin chill) à l'arrière du bâtiment réception (15000€)

V QUALITE DU SERVICE

Le Groupe SEASONOVA continue de mettre en œuvre sa **démarche qualitative**, en développant la commercialisation du camping et en répertoriant les points à améliorer.

Promoteur d'une expérience de vacances réussie, nous attachons une importance particulière à la **satisfaction clientèle**. C'est pourquoi, nous les sollicitons régulièrement afin d'évaluer leur ressenti.



DES SOUVENIRS à créer

Les vacances dans un camping Seasonova, c'est intégrer une ambiance zen. Vivre des expériences inédites pour se surprendre, se détendre et découvrir...
Se retrouver en pratiquant des activités de pleine nature ou, tout simplement, redécouvrir « l'art de vivre en plein air ».

Se dépasser



L'art du bien-être



Se (re) trouver



Déguster le temps



CAMPING D'ETENNEMARE – SAINT VALERY EN CAUX

Groupe SEASONOVA



VI ANNEXES :

Bilan

Compte de résultat

Liasse fiscale

Attestation d'assurance

Contrôles

CAMPINGS
Season

Guillaume LEMARCHAND

Dirigeant - Fondateur



Groupe SEASONOVA
route de Cabourg
14810 MINVILLE-FRANCAVILLE
Tel : 02 31 24 23 34
siret: 5380953600010
capital: 440 000 000 1 R