



RAPPORT D'ACTIVITE 2024

CAMPING LE MARTINET

BRIARE

Guillaume LEMARCHAND – 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.....	p6-7
3	RAPPORT D'ACTIVITE.....	P8
4	RAPPORT COMMERCIAL.....	p15
5	QUALITE DU SERVICE.....	P17
7	ANNEXES	

Attestation d'assurance

Contrôles

I RAPPORT TECHNIQUE

Les dates d'ouverture du camping ont été les suivantes : du **27 mars au 31 octobre 2024**.

A – Effectifs du service d'exploitation

Pour cette première saison, l'équipe du Camping le Martinet était composée de la manière suivante :

Responsable Multisites Loiret : Hugo OUTREMAN (Contrat CDI)

Agents polyvalents :

- Véronique LANDRY (CDD saisonnier temps plein du 17/04 au 17/05)
- Johann SAUX (CDD saisonnier temps plein du 17/04 au 17/05)
- Maël LEFEBVRE (CDD saisonnier temps plein du 28/06 au 31/10)
- Jean-Charles BROTO (CDD saisonnier temps du 01/03 au 31/10), pour la partie technique et espaces verts (agent multisites Loiret)

B - Inventaire et état des équipements confiés

→ Locatifs présents (à rénover) : 3 mobil homes (MBH) 3ch - 6 MBH 2ch - 2 chalets - 1 bivouac explorer

→ Infrastructures : piscine - 1 bloc sanitaire vétuste - 1 préau - 1 accueil sans mobilier - 1 chalet pour les vélos.

→ L'aire de camping-car : plusieurs réparations effectuées en 2024 (environ 5000€ à 6000€ de frais)

Anomalies rencontrées :

- Barrières levantes : réparation et remise en état pour les ouvertures (remise de digicode, réparation des boucles)
- Aire camping-car : Plusieurs réparations au niveau de la borne d'accueil (gestionnaire du logiciel et de la borne : entreprise Flots bleus)
- Piscine : Réparations des vannes dans le local (gel)

Réalisations en 2024 :

- Installation d'une laverie: une machine à laver et un sèche-linge
- Aménagement de la réception, avec mise en place de mobiliers
- Installation de 3 bivuacs et de 5 slow lodges

- Rapports de visites des organismes de contrôle

- Contrôle des dispositifs incendies.
- Contrôle sanitaire des installations pour la prévention des légionelles

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

II RAPPORT FINANCIER

Bilan de la saison touristique

- **Début de saison difficile** : Le démarrage a été particulièrement compliqué en raison de plusieurs facteurs défavorables, notamment une météo peu clémente, les périodes électorales, ainsi que les préparatifs des Jeux Olympiques.
- **Juillet-août mitigé** : La haute saison a connu des résultats contrastés. Si les hébergements locatifs ont affiché un bon taux de remplissage (souvent complet), les emplacements nus (campings, caravanes, etc.) ont, en revanche, enregistré une fréquentation plus faible.
- **Septembre en deux temps** : Une bonne dynamique a été observée durant la première quinzaine, mais la deuxième moitié du mois a connu une baisse marquée de la fréquentation.
- **Octobre très calme** : Le mois d'octobre s'est révélé particulièrement calme, avec une activité touristique très réduite.
- **Profil de la clientèle** : La saison a été marquée par une clientèle de passage importante ainsi qu'une part significative de visiteurs étrangers.

Projets prévus pour 2025

- **Rénovation des sanitaires** : Travaux de réhabilitation prévus pour améliorer le confort des usagers.
- **Création de nouveaux logements** : Installation de 4 nouveaux hébergements (MBH 3 chambres), sous réserve de confirmation en fonction du taux de remplissage observé en 2024.
- **Snack-bar** :
 - Aménagement d'une terrasse « ambiance Guinguette »
 - Mise en place du snack pour la saison 2025 (mi-juin)

- **Piscine** : Installation et réglage des sondes de régulation chlore/pH prévus en 2025.
- Mise en place d'une **tablette numérique** pour les clients (inscription / paiement)

Zoom sur les grands postes comptables :

- **Charges personnel : 67 316 EUR**

- **Charges des fluides : 5 846,53 EUR** (soit 2 579€ pour l'eau, 7 380€ pour l'électricité et 2 546€ pour le gaz)

- **Publicité : 590 EUR**

III RAPPORT D'ACTIVITE

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

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8261969>

En 2024, la fréquentation estivale est en léger retrait

La fréquentation de la saison estivale 2024 est en retrait de 1,0 % par rapport à la saison 2023 (2,5 millions de nuitées en moins). Ainsi, **les hébergements collectifs** de tourisme enregistrent **247,3 millions de nuitées en 2024**. Malgré un début de saison prometteur, un mois d'août plus favorable n'a pas permis de compenser le repli des mois de juin et juillet.

La saison d'été 2024 reste néanmoins sur un niveau de fréquentation très élevée : bien qu'inférieure à celle de 2022, année de reprise après la crise sanitaire, elle est supérieure à celle de 2019.

Les campings (119,9 millions de nuitées en 2024) **sont le principal moteur de la fréquentation estivale**, devant les hôtels (86,7 millions de nuitées). Leur fréquentation est en effet la seule à augmenter par rapport à la saison 2023 (+0,9 %, plus d'un million de nuitées supplémentaires).

Pendant la saison estivale, la présence de la **clientèle résidente** dans les hébergements collectifs, qui représente **plus de deux nuitées sur trois**, diminue pour la deuxième année consécutive (-2,0 %, soit 3,4 millions de nuitées en moins qu'en 2023). Le retour de la clientèle en provenance d'autres pays, dite non résidente, amorcé en fin d'année 2022 se poursuit pendant la saison 2024 (+1,2 % par rapport à 2023). Mais ces 900 000 nuitées supplémentaires ne suffisent plus à compenser le reflux de la clientèle résidente.

La fréquentation en hausse des non-résidents profite principalement à l'hôtellerie de plein air (+4,6 % de nuitées non résidentes dans les campings en 2024). Les clients provenant de l'étranger sont en effet moins nombreux dans les hôtels qu'en 2023 (-2,3 %). La fréquentation domestique diminue légèrement dans les campings (-0,7 %), plus sensiblement dans les hôtels (-2,7 %) et les AHCT (-3,9 %).

A retenir pour les campings Centre-Val-de-Loire durant la saison 2024

Source Insee (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8288603>)

tableauFigure 1 – Nombre de nuitées en 2024 et évolution par rapport à 2023 par type d'hébergement

Territoires	Nuitées dans les hôtels	Nuitées dans les campings
	En 2024	En 2024
Loir-et-Cher	581 500	1 072 000
Loiret	678 200	265 500
Centre-Val de Loire	3 205 700	2 386 100

La fréquentation touristique estivale en Centre-Val de Loire est en retrait en 2024

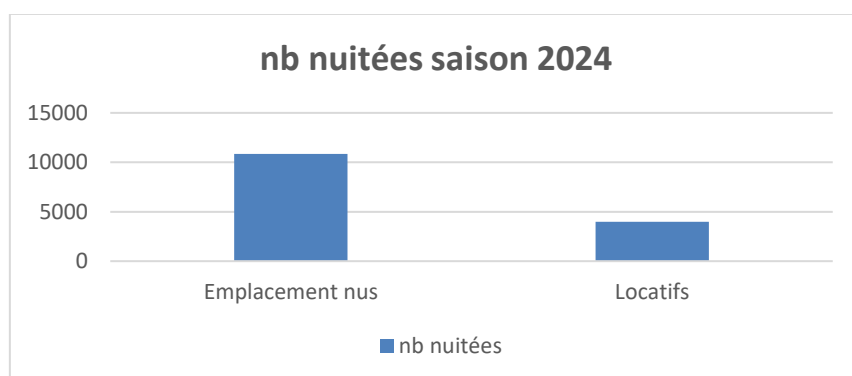
Durant la saison estivale de mai à septembre 2024, **la fréquentation des hébergements collectifs de tourisme en Centre-Val de Loire est inférieure** au niveau constaté un an auparavant **(-4,8 %)**. Cette année fait toutefois suite à une saison 2023 où le nombre de nuitées était particulièrement élevé dans les campings. La baisse s'étend sur tous les mois et concerne chaque type d'hébergement. Elle relève à la fois de la clientèle résidente et non-résidente. L'Eure-et-Loir, limitrophe de l'Île-de-France, est le seul département de la région où le nombre de nuitées progresse (+3,5 %). **Les Pays-Bas restent le premier pays d'origine des non-résidents**. Le nombre de nuitées des visiteurs en provenance d'Allemagne progresse (+3,5 %).

En Centre-Val de Loire, le nombre de nuitées est plus bas en 2024 qu'en 2023 pour chaque mois de la saison estivale. La baisse est de moindre ampleur en août (-0,8 %). Le parc d'établissements ouverts étant globalement très proche de celui de l'année précédente, les taux d'occupation diminuent légèrement.

Territoires	Nuitées dans les campings	
	En 2024	Evolution 2023-2024~ (en %)
Centre-Val de Loire	2 386 100	-5,9

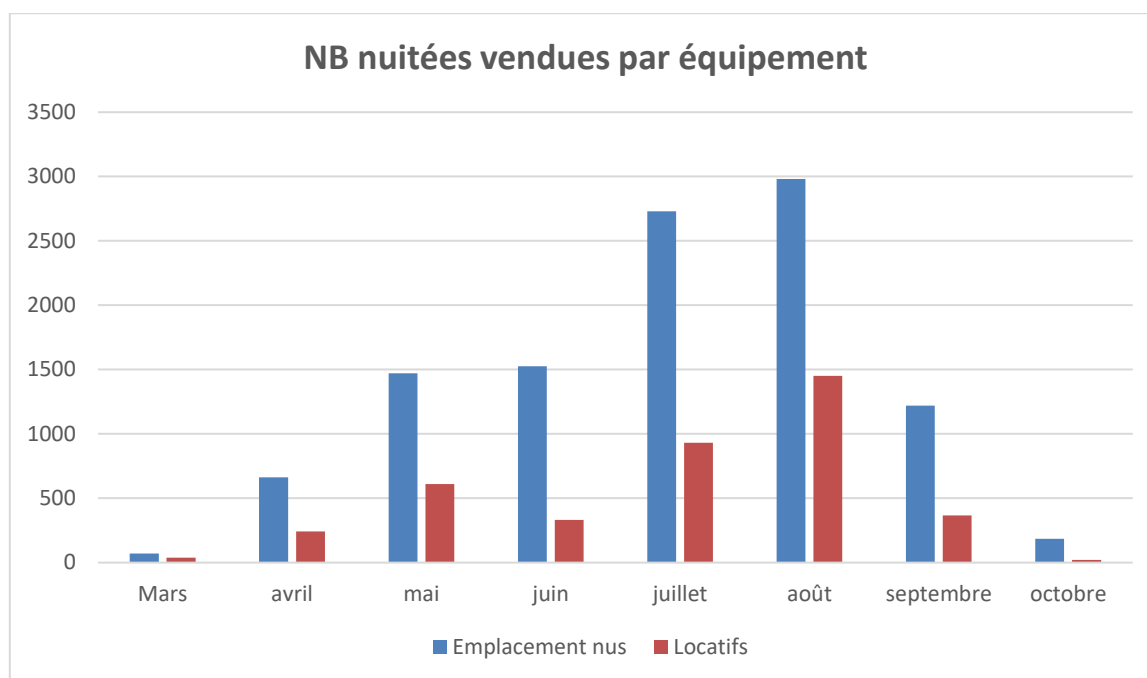
Concernant le Camping Seasonova

Pour la période du 27 mars au 31 octobre, le camping le Martinet comptabilise au total **14 833 nuitées** (soit 10 840 nuitées pour les emplacements nus et 3 993 nuitées pour les locatifs)



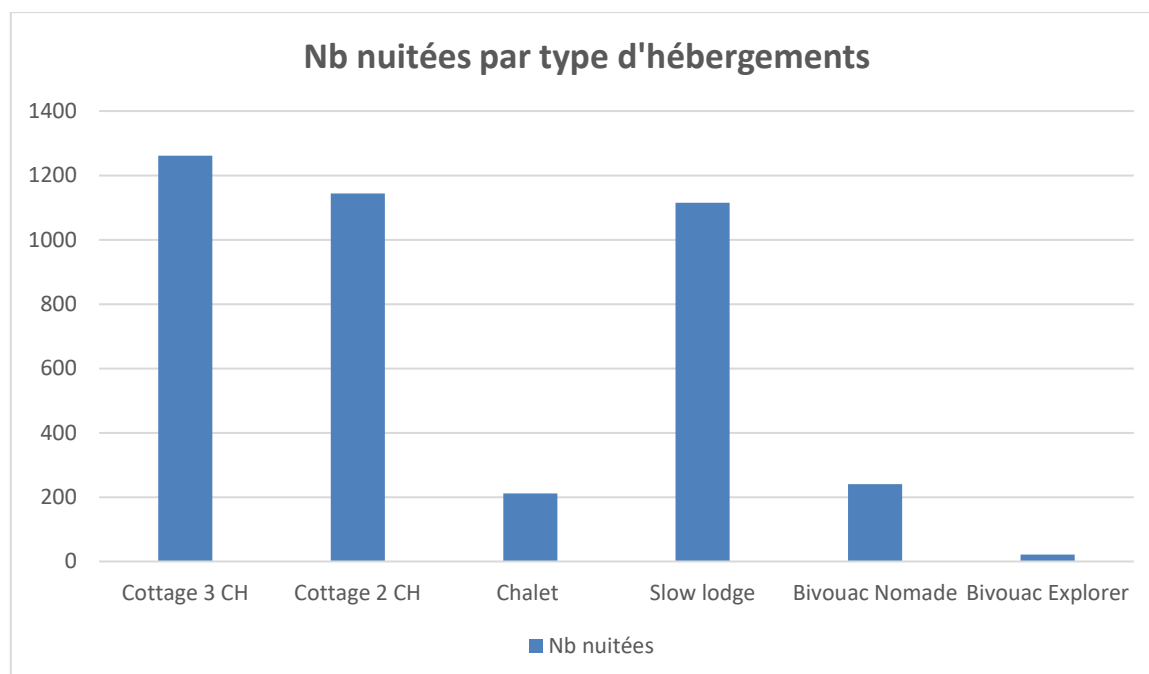
1 Nombre de nuitée par mois et par équipement.

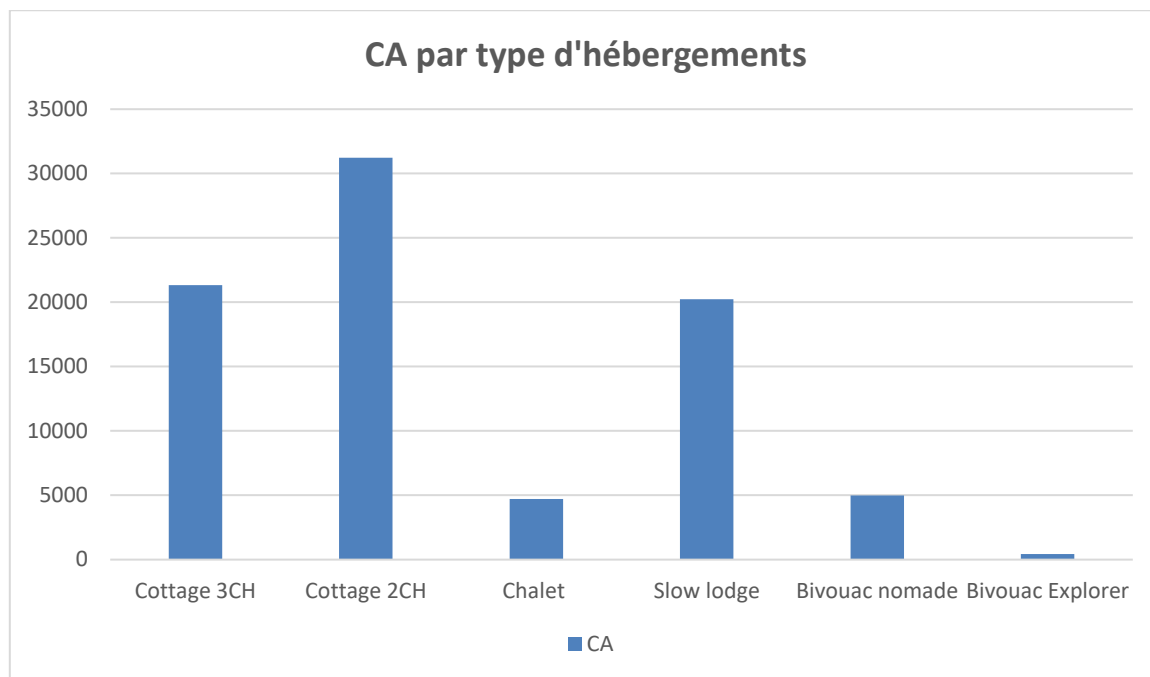
Le nombre de nuitées vendues sur **juillet et août** représente **54,6 % des nuitées vendues** sur la saison 2024.



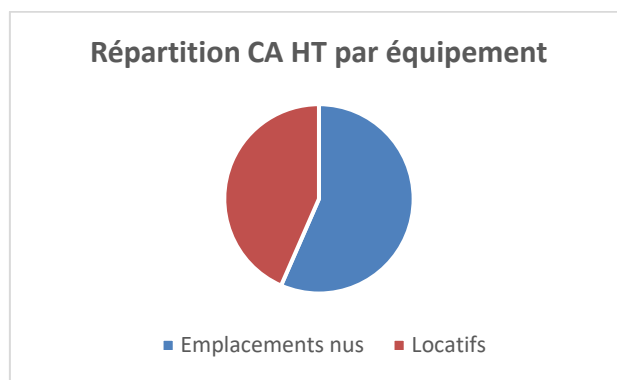
2 Nombre de nuitées et CA par type d'hébergement

Le nombre de nuitées vendues en locatif est de 3 993, représentant un chiffre d'affaires de 82 902,46€, soit **43,4% du CA global** de l'année.

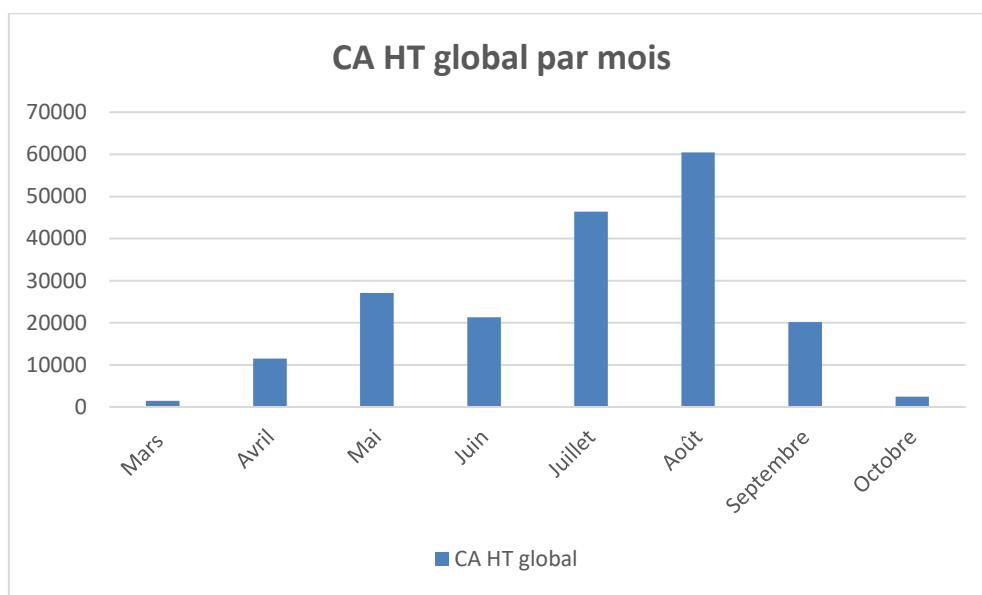




3. Répartition du CA par équipements et par mois

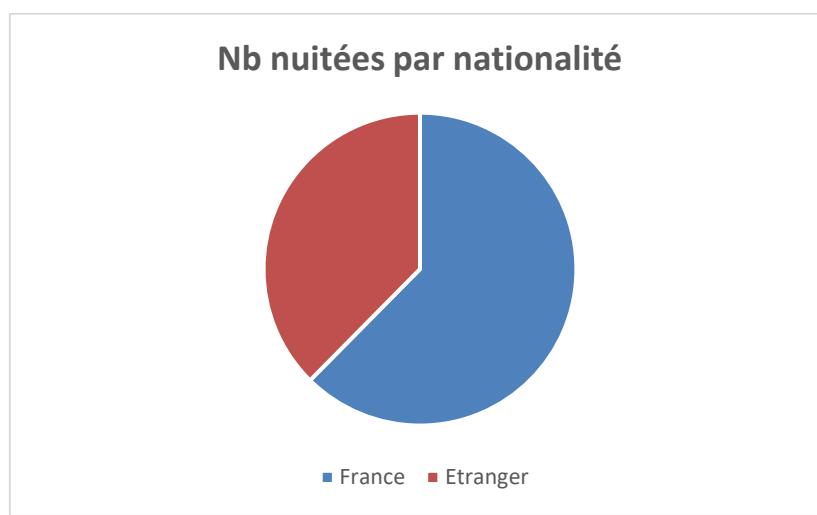


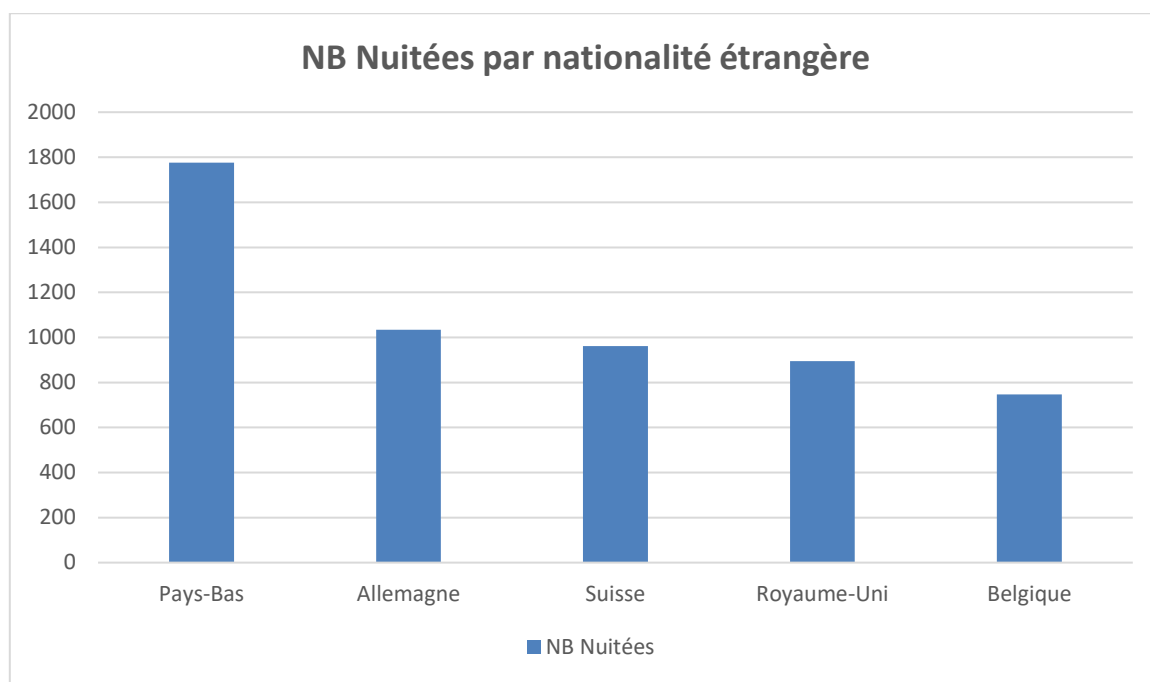
La vente **des emplacements nus** représentent **56,6% du CA** et le locatif **43,4%**.



3 Nombre de nuitée par nationalité

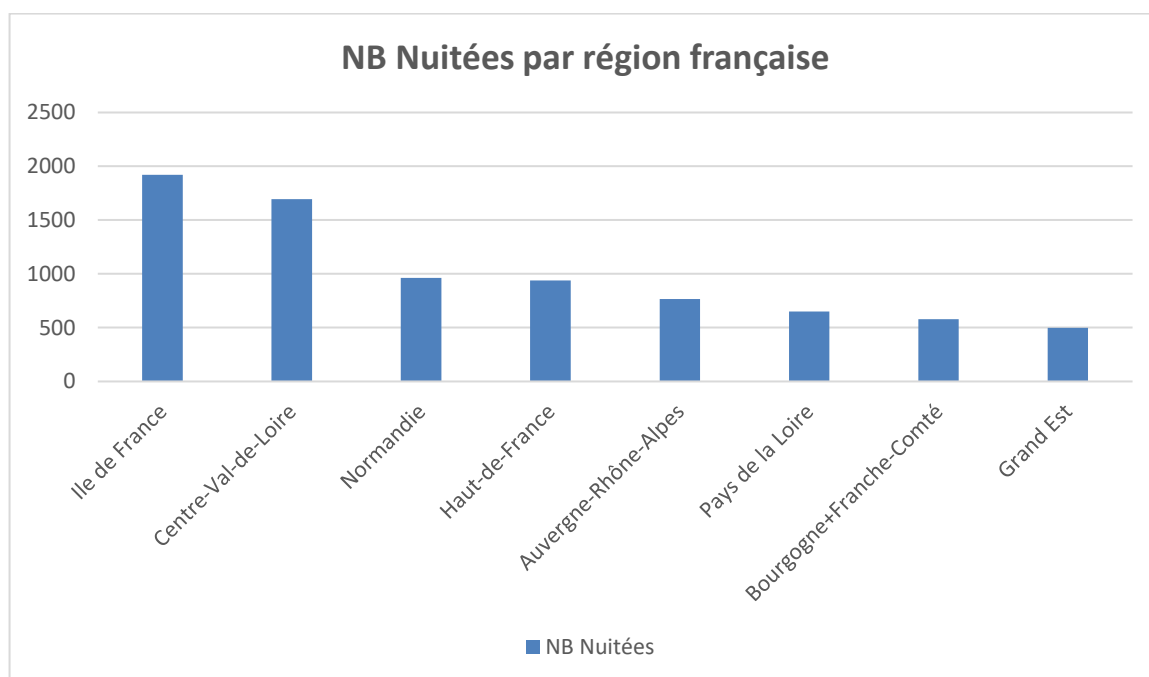
La fréquentation du camping le Martinet est conforme à la tendance nationale, avec principalement une **clientèle française (62,4 %)** et une **clientèle internationale (37,6 %)** : **en tête la clientèle néerlandaise** avec 12 %, suivi des **allemands** (7 %), puis des **suisses** (6,5 %), des **britanniques** (6 %) et des **belges** (5 %)





Répartition du nombre de nuitées par région française

La clientèle française du camping provient principalement d'une **clientèle parisienne** (20,7%) et de **résidents locaux** (18,3%)



IV RAPPORT COMMERCIAL

A – COMMERCIALISATION & FIDÉLISATION

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 promotions et bons plans via notre **centrale de réservation** et un **service commercial dédiés**.
- * Avoir un **bon référencement** sur internet
- * Animer notre fichier client par l'envoi régulier de newsletters via notre CRM
- * Développement **d'offres packagées** faisant la promotion de nos hébergements et des spécificités du territoire.
Ex : **Les nuit Slow Life** intégrant une nuit en Slow Lodge ou bivouac, avec un kit feu de camp, location de vélo et découverte du Pont Canal.

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.

Dans le cadre de sa stratégie de développement à l'international, le Groupe Seasonova a participé à deux salons majeurs dédiés à l'hôtellerie de plein air : **Leeuwarden** (Pays-Bas) et **Birmingham** (Royaume-Uni).

Cette présence ciblée permet de **renforcer la notoriété de la marque** à l'étranger et de **consolider notre lien avec la clientèle internationale**, notamment néerlandaise et britannique, fortement présente sur nos destinations.

C – SERVICES ET PRESTATIONS

Ventes annexes

Au cours de la saison 2024, nous avons pu réaliser quelques **ventes annexes**, notamment à travers la vente de boissons et de glaces, ainsi que la location de vélos. Afin d'optimiser la proposition de services, l'ouverture d'un snack est prévue pour 2025. Cette nouvelle offre devrait contribuer à renforcer les ventes annexes.

Projets 2025

Dans le cadre de l'opération nationale Été Culturel, portée par le ministère de la Culture, **des projets artistiques et culturels** gratuits pourront être mis en place durant la saison estivale. Destinées à tous les publics, ces actions permettront de proposer à notre clientèle, pour la prochaine saison au sein du camping le Martinet, des ateliers participatifs, concerts ou spectacles.

Par ailleurs, à l'échelle du Groupe et dans la continuité de sa démarche RSE et de son engagement en faveur d'un tourisme accessible et solidaire, le Groupe Seasonova s'associera en 2025 à l'association « **Je pars, tu pars, il part** ». Ce partenariat permettra d'offrir à des familles en situation de précarité des **séjours solidaires dans nos campings**, favorisant ainsi l'accès aux vacances pour tous.

En facilitant ces départs en vacances, Seasonova renforce sa mission de tourisme durable et humain, tout en impliquant activement ses équipes autour d'un projet porteur de sens.

V QUALITE DU SERVICE

Le Groupe Seasonova poursuit sa **dynamique d'amélioration continue** à travers une stratégie qualitative ambitieuse, centrée sur la **satisfaction client**, la montée en compétence des équipes et **l'engagement environnemental**.

Promoteur d'une expérience de vacances réussie, Seasonova accorde une attention particulière aux retours des vacanciers, régulièrement sollicités afin d'évaluer leur ressenti. Cette écoute active est renforcée par des actions concrètes telles que le **développement de la commercialisation**, l'identification des **axes d'amélioration** et **la mise en place de formations** axées sur la relation client d'excellence.

En 2024, le Groupe **a renforcé sa politique RSE** et posé les bases d'une nouvelle étape: la préparation à la labellisation "**Destination d'Excellence**" en 2025. Ce label, porté par Atout France, distingue les établissements conciliant **qualité d'accueil**, accessibilité, satisfaction client et engagement écoresponsable. Seasonova, désormais partenaire officiel du dispositif, accompagne plusieurs de ses campings dans cette démarche structurante.

Chaque étape permet aux équipes Seasonova **d'ancrer durablement** les bonnes pratiques et d'assurer une **qualité de service** en phase avec les attentes des clientèles et les priorités territoriales.

Avis clients						
	Google		Secure Holiday		Booking	
	Nb avis	Note globale	Nb avis	Note globale	Nb avis	Note globale
avril	413	4,3	36	8,55	2	8
mai	422	4,3	70	7,74	3	8,7
juin	428	4,3	112	7,46	5	8,2
juil	442	4,3	189	7,52	15	7,3
aout	447	4,2	275	7,37	17	7,4
sept	476	4,2	308	7,27	20	7,6
oct	478	4,1	316	7,23	23	7,3

Moyenne des avis : 7,6 (sur 817 avis)

Quelques avis 2024



Sophie Guilmin
il y a 9 mois sur Google

5/5

Vacances | Couple

L équipe du camping est très accueillante, nous avons passé une agréable semaine. Les sanitaires et emplacements toujours très propreS. Petite piscine juste ce qu'il faut pour se rafraîchir par forte chaleur. Nous reviendrons.

Service 5,0 Emplacement 5,0

Visité en août 2024

...



Gisèle PLBST

il y a 8 mois sur Google

4/5

Vacances | Solo

Séjour en mobilhome assez bien équipé (malgré un manque de vaisselle). Une belle terrasse en bois. Beau camping en pleine nature entre la Loire et le canal de Briare, et pourtant très proche de la jolie ville de Briare.

Chambres 4,0 **Service** 3,0 **Emplacement** 4,0

Points forts de l'hôtel Calme · Bon rapport qualité-prix

Activités à proximité Proximité immédiate du centre ville et de balades nature



Anissa Smati

il y a 11 mois sur Google

5/5

Vacances | Amis

Camping des plus charmants et personnel des plus accueillants ! Nous avons été charmés par ce lieu paisible et cosy ! Beaucoup d'hirondelles, des sanitaires et des douches très propres

Chambres 5,0 **Service** 5,0 **Emplacement** 5,0

Points forts de l'hôtel Beau panorama · Romantique · Calme ·

Adapté aux enfants · Bon rapport qualité-prix

Visité en juin 2024

...



B P (brijac)

il y a 7 mois sur Google

4/5

BEAU TERRAIN DE CAMPING AU BORD DE LA LOIRE

Bon accueil. Emplacements spacieux, plats, sur herbe, délimités ou non par des haies. Terrain bien entretenu. Au bord de la Loire mais sans la vue. Sanitaires propres. A l'écart du centre de Briare dans un environnement calme.

Service 3,0 **Emplacement** 4,0

Visité en septembre 2024

...



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 LE MARTINET - BRIARE

Groupe SEASONOVA

camping-lemartinet@vacances-seasonova.com



VI ANNEXES :

Attestation d'assurance

Contrôles



Groupe SEASONOVA
Route de Cabourg
14810 MERVILLE-FRANCAISVILLE
Tél : 02 31 34 23 34
siret:53869536000010
capital: 4492 000 000 EUR