



188 Route d'Uxem

59254 GHYVELDE

Jf.maes@flandria-loisirs.com



Ville d'ETAPLES

Monsieur le Maire

Place du Général de GAULLE

62630 ETAPLES SUR MER

OBJET : APPEL A MANIFESTATION d'INTERET DEVELOPPEMENT TOURISTIQUES et MODERNISATION VENTE DU CAMPING LA PINEDE

Monsieur le Maire,

Je dirige le groupe Nature et vacances depuis 20 ans. Ma société regroupe aujourd'hui 18 campings sur la région des Hauts de France.

Nous avons un camping en site classé et je connais toutes les contraintes que cela implique.

Nous sommes leader dans l'Hôtellerie de plein Air sur la région, et souhaitons conserver notre spécialité régionale.

En effet, nous connaissons bien les spécificités du tourisme et les enjeux locaux, notamment les enjeux liés au tourisme.

Nous avons également réalisé un gros travail sur les économies liées au groupe et sur le fait que nos campings sont proches les uns des autres.

L'ambition est de faire en sorte que le camping de la PINEDE soit le camping PHARE du secteur et le spécialiste sur le tourisme court séjour.

Ce camping aura une ouverture annuelle permettant d'accueillir des familles toute l'année.

L'ambition est également très forte en matière d'intégration du camping dans le milieu, et sur le fait d'obtenir une continuité avec l'environnement proche.

Toute l'organisation du camping sera revue : le stationnement, le cheminement, la disposition des emplacements.

Une piscine avec plage en sable sera installée si possible afin de répondre aux nouvelles attentes des utilisateurs du camping.

Tous les hébergements locatifs auront une forte connotation sur l'environnement et sur l'utilisation de matériaux recyclables.

Les produits locatifs qui seront installés permettront de répondre à une demande très large : du produit insolite adapté à de la nuitée pour les vélo-cyclistes, à la famille qui souhaite séjourner en famille, jusqu'au produit premium adapté à une nouvelle catégorie de clients CSP +.

L'objectif est d'avoir un camping Haut de Gamme à forte valeur environnementale classé en 4 voire 5 étoiles tout en conservant un caractère « nature »

Ce camping sera géré par une filiale de nature et Vacances, il est prévu à ce jour que la SCI L'ABRI COTIER IMMO achètera le foncier et une autre société exploite le camping, mais nous pourrions aussi créer une nouvelle société expressément pour ce projet.

Le montant proposé est de 1 020 000 € net vendeur sans condition suspensive.

Le camping sera classé 4 étoiles « tourisme »

Je serais heureux de pouvoir vous rencontrer afin de pouvoir vous exprimer toute ma volonté et mon dynamisme pour réaliser ce beau projet.

Dans l'attente, je vous prie de croire, Monsieur le Maire, en l'expression de mes sincères considérations.

Jean-François MAES

Président





Direction départementale des Finances publiques
du Pas-de-Calais
Pôle d'Évaluation Domaniale
5, rue du Docteur Brassart
BP 30015
62034 ARRAS Cedex
Téléphone : 03 21 23 68 00
Courriel : ddfip62.pole-evaluation@dgfp.finances.gouv.fr

Arras, le 25/10/2021

Monsieur le Directeur Départemental des
Finances Publiques du Pas-de-Calais

à

Monsieur le Maire
Mairie de ÉTAPLES
1 Place du GÉNÉRAL DE GAULLE
62630 ETAPLES

POUR NOUS JOINDRE :

Évaluateur : Sébastien PIECHOWIAK
Téléphone : 03.21.64.47.01
Courriel : sebastien.plechowlak@dgfp.finances.gouv.fr
Réf. **OSE 2021-62318-44972**

AVIS DES DOMAINES SUR LA VALEUR VÉNALE

Désignation du bien : Camping municipal de la pinède
Adresse du bien : Route départementale 940
62 630 ETAPLES

VALEUR VÉNALE : 355 000 € HT

** Il est rappelé que les collectivités territoriales et leurs groupements peuvent sur délibération motivée s'écarter de cette valeur.*

1 – **Service consultant** : Commune de Etaples
Affaire suivie par : M Pascal HAGNERE

2 – **Date de consultation** : 10/06/2021
Date de réception : 10/06/2021
Visite sur place : 27/09/2021
Date de constitution du dossier en l' « état » : 27/09/2021

3 – **Opération soumise à l'avis du Domaine** – description du projet envisagé

La commune de Etaples est propriétaire du terrain d'assiette et des bâtiments du camping de la pinède sur Etaples. Ce camping était exploité par M Amaury Leclercq-Lesage, via la société All Loisirs. La Municipalité d'Étaples-sur-Mer avait confié la gestion du camping La Pinède via une Délégation de service public (DSP) depuis 2015. Le 8 février 2021, la commune a voté la résiliation pour faute du contrat de délégation de service public lié au camping La Pinède. À cette occasion, la commune est prête à vendre le terrain d'assiette et les bâtiments du Camping.

Objet du bien

Il s'agit d'une grande emprise foncière de 51 091 m², le terrain est plat et arboré et les emplacements sont de belle surface. À proximité immédiate de la voie ferrée de Boulogne sur Mer et de la Canche. L'accès est bitumée et sécurisée par un portail.

- Les bâtiments :
- un logement de fonction d'une surface de 61 m² comprenant : séjour, cuisine, dégagement et deux chambres, salle de bains et WC avec garage de 31 m²;
 - pour la partie camping, on relève un bureau d'accueil de 38 m²
 - trois bâtiments à usage sanitaire de 200 m², 86 m² et 54 m². TOTAL de 340 m²
 - une salle polyvalente de 256 m²

5 – Situation Juridique

Section	n°	Commune	Emprise concernée	Propriétaire
AL	5	ETAPLES	19 091 m ²	Commune de ETAPLES
AL	6	ETAPLES	32 000 m ²	Commune de ETAPLES
			51 091 m ²	

Libre d'occupation pour l'évaluation

6 – Urbanisme et réseaux

Zone Nta du PLU de Etaples

Il s'agit des zones naturelles et forestières, équipées ou non, à protéger en raison soit de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt, notamment du point de vue esthétique, historique ou écologique soit de l'existence d'une exploitation forestière soit de leur caractère d'espaces naturels qui comprennent des milieux « naturels » et des sites agricoles à préserver, ainsi que des zones où l'urbanisation n'existe pas encore. En secteur Nta, seuls sont admis les aménagements, équipements et services publics ainsi que l'hébergement hôtelier lié au camping municipal.

VRD : Oui

7 – Détermination de la valeur vénale

La valeur vénale est déterminée par la méthode par comparaison. La valeur vénale de l'assiette foncière du camping de la pinède peut être fixée à 355 000 € HT. Une marge d'appréciation de 15 % permettant d'admettre des conditions financières s'écartant de la valeur vénale retenue est accordée.

8 – Durée de validité

Cet avis a une durée de validité de 18 mois.



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES
Direction des Affaires Juridiques

MARCHES PUBLICS ET ACCORDS-CADRES RAPPORT D'ANALYSE DES OFFRES¹

OUV8

Le formulaire OUV8 est un modèle de rapport d'analyse qui peut être utilisé par le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice pour analyser les offres reçues dans le cadre de la passation d'un marché public ou d'un accord-cadre.

A - Identification du pouvoir adjudicateur (ou de l'entité adjudicatrice).

- Désignation du pouvoir adjudicateur (ou de l'entité adjudicatrice) :

VILLE D'ETAPLES SUR MER
1 Place du Général de Gaulle
BP 110
62630 ETAPLES SUR MER

- Identification du service chargé de l'analyse des offres :
(Indiquer le nom du service qui a été désigné pour réaliser l'analyse des offres.)

Direction Générale des Services

B - Objet de la consultation.

APPEL A MANIFESTATION D'INTERET (AMI) :

« Développement touristique et modernisation - Vente du camping « La Pinède » à Etaples-sur-Mer »

C - Déroulement de la consultation.

- Publicité :
(Indiquer la date, les références et l'organe de publication de chaque avis d'appel public à la concurrence.)

Annonce publiée le 3 juin 2022 dans la Voix du Nord, ainsi que sur le site de la Ville

- Date et heures limites de réception des offres : **01/08/2022 à 12h**

D - Examen des offres.

- Nombre de plis reçus : **6**

¹ Formulaire non obligatoire disponible, avec sa notice explicative, sur le site du ministère chargé de l'économie.

- dans les délais :6..... (nombre).
- hors délais :0..... (nombre).

■ Liste des offres reçues :

N° d'ordre d'arrivée du pli	Nom du candidat
1	Baillart Nicolas et Cindy Rando
2	SARL Les Bousterelles Thiery Limantour
3	Hutopia - Gylcamp
4	Maxime Permentier
5	Mr et Mme Raes
6	Mr ALBA Christophe
7	
8	
9	

■ Elimination des offres :

Au vu des offres reçues, il est proposé d'éliminer les offres suivantes :

N° d'ordre d'arrivée du pli	Nom du candidat	Motif de l'élimination
6	Mr ALBA	offre financière non fournie

E - Analyse et classement des offres.

Voir dossier Annexe

Au vu de la note proposée ci-dessus à chacun des candidats dont l'offre a été examinée, il est proposé le classement des offres suivant :

N° de classement des offres examinées	Nom commercial du candidat individuel ou du mandataire (en cas de groupement d'entreprises candidat)
1	Mr Raes - Nature et Vacances

2	N. Penin - Hultopia
3	Fr. Limantour
4	N. Geilbert
5	Maxime Parmentier
6	
7	
8	
9	
10	

La commission est invitée à désigner le ou les candidats qui seront reçus au jury d'attribution:

- N. NAES
- N. Penin
- N. Limantour

F - Proposition d'attribution.

■ Identité du candidat retenu :

M. NAES

■ Montant de l'offre qu'il est proposé de retenir :

1 020 000 €

■ Motifs du choix de l'offre proposé :

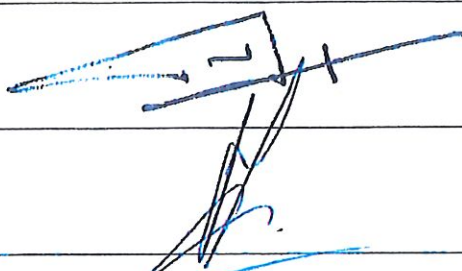

Projet en totale adéquation avec les attentes de la Municipalité.
Proposition financière la plus élevée

G - Proposition de déclaration sans suite ou d'infructuosité.

H - Signature du responsable du service chargé de l'analyse des candidatures.

A. Etapeles Mer, le 20/08/22

Signature

Noms	Signatures
Membres de la commission AMI	
WAUQUIER Bernard	
TINDILLER Franck	
WACOGNE Aurore	
RAMET Philippe	Excusé
DELSAUX Dominique	Excusée
NEMPONT Marine	/
ANDRE Gérard	Excusé
ELYSE Andréa	/
Techniciens de la commune	
Juffos Isabelle	DGS
THEGTEU Vincent	DSPA
DITERNIOUVE André	DST
FLIPO Hélène	S. Urbanisme

Bailler Amelb Direct.

APPEL A PROJET : « Développement touristique et modernisation - Vente du camping « La Pinède » à Etaples-sur-Mer »

Analyse des candidatures

Réunion du lundi 1^{er} août 2022 à 14h

Préambule

Le présent appel à manifestation d'intérêt a fait l'objet d'une publication le 3 juin 2022 dans la Voix du Nord, ainsi que sur le site de la Ville.

42 dossiers ont été retirés auprès du secrétariat général. 15 candidats étaient présents à la visite obligatoire du site le 28 juin 2022.

La date limite de réception des offres était fixée au : lundi 1^{er} août 2022 à 12h.

..... candidats ont remis une offre.

Vérification du contenu des dossiers de candidature :

Nature et vacances
N. APES

Hirtopia
N. Zamenher

N. Sauter
N. Lhimonier

	Candidat 1	Candidat 2	Candidat 3	Candidat 4	Candidat 5	Candidat 6
Une lettre de candidature exposant notamment l'intérêt porté à cette opération et les éléments qui qualifient le candidat pour la réaliser	o	o	o	o	o	
Une note de présentation du porteur de projet ou du groupement d'opérateurs, exposant notamment les références détaillées des opérations et expériences touristiques du candidat, ses expériences dans le domaine d'activités proposées et de l'hébergement, ses expériences en matière de gestion, ses expériences de travail avec les services en charge des servitudes et/ou labels, la connaissance des espaces protégés	o	o	o	o	o	
Un rapport de présentation du projet exposant les motivations du candidat, les grandes orientations du projet, le concept du projet et son positionnement touristique, la stratégie commerciale, les clientèles visées, etc	o	o	o	o	o	
Une note sur le montage juridique, économique et financier						
L'offre financière d'acquisition						

Les projets sont examinés sur la base des critères suivants non hiérarchisés :

	Candidat 1	Candidat 2	Candidat 3	Candidat 4	Candidat 5	Candidat 6
Qualité du porteur de projet (compétences, références) et solidité du modèle économique	POO Exp.	Exp.	Exp. ++	Exp.	Exp. ++	
Stratégie de développement proposée au service du territoire (développement touristique)	OK				→	
Connaissance des rouages administratifs et expériences de travail dans des espaces sensibles ou protégés écologiquement et/ou paysagèrement avec les acteurs locaux	Non	oui	oui	-	oui	
Grandes orientations d'aménagement proposées pour répondre à la stratégie définie	OK				→	
Méthodologie proposée (gouvernance, ...) et les moyens mobilisés (compétences, outils, financements mobilisables - connaissance des financeurs et/ou appels à projets ...) pour la mettre en oeuvre de manière collaborative	Invest. faible	Et pour préciser	680.000€ sur 2 ans	-	2 ⁺ ++	
La proposition financière	280 000	400 000	300 000	224 000	1020 000	

Motivations et choix des candidats admis en phase d'audition (4 au maximum) :

- N. NAES
- N. PENIN
- N. L'INANTOUR

AUDITION DES CANDIDATS : 04/08/22

Monsieur MAES – Nature et Vacances

Ecole de commerce + 20 ans d'expérience
Parents également dans l'hôtellerie de plein air
18 campings en HDF et souhaite y rester (3 sont en création)
Le camping La Pinède se situe sur l'axe de développement qu'il souhaite.
A plusieurs campings en site classé.
Il souhaite le transformer en un camping 4 étoiles ouvert à l'année
30 à 40 emplacements libres de passage
15 à 20 place pour camping-car
Avis +++ de la commission

Monsieur PENIN – UTOPIA

Marque Onlycamp (12 ans) appartient au groupe HUTTOPIA (20 ans d'existence), camping nature,
83 campings en France et dans le Ø
22 onlycamp
Intérêt pour le site car pas de présence dans les HDF
30 % hébergements locatifs, plancher bois et toile de tente (pas de réseau) Entretien cabanon
Tiny houses avec réseau
70 % emplacements libres
Esprit camping
Respect du site
Logique de réversibilité
Intégration au territoire (forme homogène ailleurs sans offre d'atypique)
Habitué à la clientèle cyclotouriste (ex : Val de Loire)
Offre de restauration sous forme d'un foodtruck, esprit guinguette
Pas de gérance/franchise → Salariés – Equipe de 2 à 3 hors saison, 8 à 10 en saison, en privilégiant
le local.
1 audit interne + audit Socotec

Aire Camping-car ouverte à l'année
Le reste mi-avril → Toussaint

50 % clientèle étrangère (30 % → Pays Bas, Allemands, Belges, Anglais)

3 étoiles, prix abordables pour la clientèle (20 € emplacement libre, locatif 60 €)

1,5 million d'investissement → 300 000 achat
→ 1 200 000 hébergements/T

M. LIMANTOUR

Exploitant depuis plus de 40 ans, affaires de famille + société d'exploitation de vente
d'hébergements
Offre de résidentiel, de locatifs haut de gamme
La salle polyvalente aura pour fonction la brasserie, snacking, petite restauration
Résidentiel type lodge mais pas en toile (chaud par forte chaleur et froid quand température basse)

1ère année de travaux → offre de passage
Le résidentiel arrivera en 2024
Fait partie du CRT
Espace bien-être dans le sanitaire du bas
Ouverture d'avril à la mi-novembre



RAPPORT PRESENTATION DU PROJET LA PINEDE

Jean-François MAES 01/08/2022



LES ENJEUX ET OBJECTIFS DU CAMPING

Les enjeux touristiques

- ▶ *Positionner ETAPLES comme une destination touristique de court et moyen Séjour pour les clientèles régionales, nord Européennes et internationales*
- ▶ *Créer une nouvelle image et contribuer à l'attractivité économique et résidentielle du territoire.*
- ▶ *Développer la fréquentation touristique et augmenter la durée du séjour*
- ▶ *Favoriser et optimiser les retombées économiques*
- ▶ *Accompagner le développement des filières touristiques (tourisme de mémoire, tourisme d'affaire, le nautisme et la plaisance, tourisme à vélo, tourisme et handicap, sport et loisirs de nature.*

Objectif / Camping

- ▶ *Amélioration et diversification de la qualité de l'offre de l'hébergement touristique au sein du camping en cohérence avec l'esprit des lieux.*
- ▶ *Amélioration de l'accueil des touristes, de l'offre de découverte du territoire et d'activité*
- ▶ *Amélioration paysagère et écologique du camping et accompagnement des projets*
- ▶ *Limitation des effets néfastes du camping sur leur frange, notamment dunaire (espèces invasives, clôtures, départs de sentiers)*
- ▶ *Prise en compte de l'environnement*
- ▶ *Valoriser le patrimoine historique et transmettre la mémoire*
- ▶ *Mieux accueillir les clientèles....*

ENJEUX PAYSAGERS - Donner à voir sans être vu

Les perceptions depuis l'extérieur vers le camping

- ▶ Eviter une rupture dans le paysage
- ▶ Dans les perceptions en vues lointaines du site classé. Est-ce que le camping se démarque?
- ▶ Dans les perceptions à l'intérieur même du site classé.
- ▶ Est-ce que le camping se distingue? Est-ce qu'il crée une rupture dans le paysage?

Les perceptions depuis l'intérieur du camping

- ▶ Est-ce que le caractère exceptionnel du site se perçoit du camping? •
- ▶ Est-ce que les visiteurs se sentent dans un lieu unique et exceptionnel? •
- ▶ Est-ce que le paysage est de même nature, de même essence?

-Les MOYENS ET OUTILS MIS EN PLACE POUR LE DEVELOPPEMENT CAMPING LA PINEDE

- Aménagements avec Prise en compte du guide d'insertion paysagère site classé
Travail en collaboration des services de l'état (DREAL - ABS) et Bureau d'étude spécialisé
- Intégration du camping dans le milieu
 - Utilisation du bois - Eviter le béton...
 - Utilisation de la palette végétale validée par l'ABF
 - Remplacement de haies
 - Intégration des hébergements dans le site.

Réponses du camping au marché / Site Inscrit - Nouveaux Objectifs

POSITIONNEMENT ACTUEL

- ▶ Ouverture en saison
- ▶ Classement 3 étoiles
- ▶ Le camping proposait des emplacements pour mobil
les étudiants et des emplacements pour du
passage traditionnel
- ▶ L'offre de location d'hébergement était faible
- ▶ Le camping proposait peu de service (restauration-
Jeux)
- ▶ Le camping a une image un peu vieillissante
- ▶ Le camping de la pinède a des valeurs sur la convivialité
et la liberté

EVOLUTION PROPOSEE

- ▶ Classement en 4 étoiles
- ▶ Ouverture à l'année
- ▶ Améliorer l'intégration paysagère du camping.
 - ▶ Le camping doit se situer dans le prolongement de son environnement proche
 - ▶ Retrouver des éléments de la coté d'opale et de la baie de canche dans le camping.
- ▶ Développement d'une gamme d'hébergements locatifs par secteur
 - ▶ Hébergements variés adaptés aux différentes typologies de clients
 - ▶ Hébergements destinés à une clientèle de passage (vélo tourisme)
 - ▶ Hébergements plus qualitatifs en style et adaptation au site.
 - ▶ Développement d'activités en lien avec la Nature.
 - ▶ Le camping va développer une image Moderne et Eco responsable pour Attirer de nouveaux clients.
 - ▶ Compostage - Economie d'eau
- ▶ Maintien d'emplacements de passage
- ▶ Trouver des solutions pour limiter l'impact sonore de la route
- ▶ Développement de service
 - ▶ Location de vélo
 - ▶ Amélioration de la restauration sur place
 - ▶ Vente de produits locaux

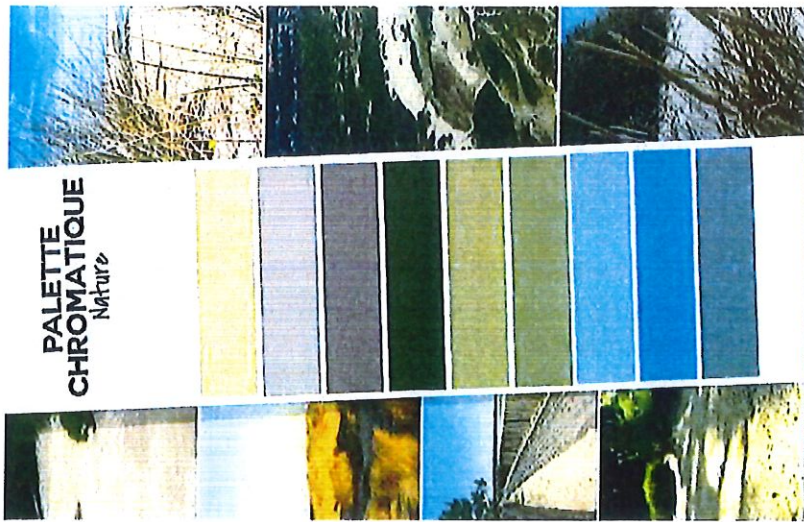
L'aménagement du camping

Le camping de la pinède doit retrouver sa nature, son ADN. Son emplacement est privilégié et se rattache à son environnement, la baie de canche. La réorganisation du camping doit commencer en faisant rentrer la dune dans le camping, offrir une continuité entre un espace nature et un espace tourisme. Se dessine alors une nature non contrariée et des chemins aléatoires. Les colonis naturels et les matériaux utilisés sont empruntés aux paysages dunaires. Les chemins en sable compacté, les végétaux en massifs et les matériaux locaux traduisent le paysage de proximité. L'esprit du lieu doit rester une balade. Nous nous promenons dans les dunes et nous nous promènerons dans le camping. L'organisation du camping mettra en avant les quartiers piétons associés à un coeur de vie avec piscine en sable.

L'objectif est de conserver l'aspect nature dans les emplacements permettant de conserver l'esprit du site dunaire

Une palette chromatique sera utilisée en lien avec la DREAL ET l'ABF, ces couleurs seront reprises pour le choix des hébergements, des bâtiments, des routes...

L'organisation du camping sera revue afin de mieux s'intégrer.



REVUE COMPLETE DE L'ORGANISATION

Aménagement par quartier - Zone sans voiture

- ▶ Disposer des espaces de stationnement à l'intérieur du camping et des zones sans voiture.
- ▶ Faire des chemins piétonniers dans l'enceinte du camping, permettant d'obtenir un aspect naturel en bois ou mélange terre / Pierre

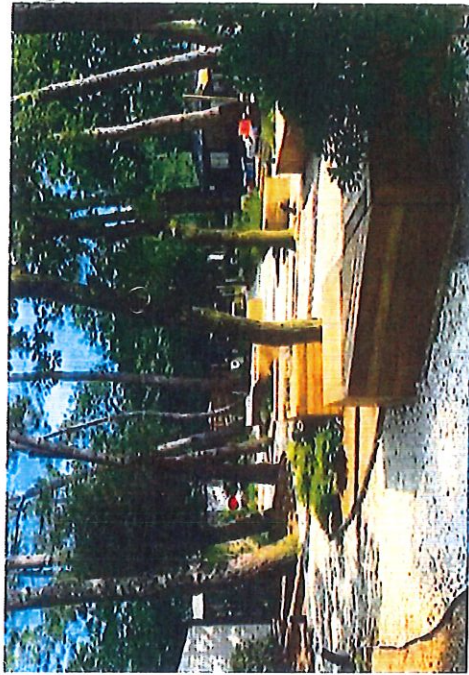
Ligne pierre, aux lignes simples



Gamme Lum.com



Limiter le mobilier urbain superflu
Le mobilier urbain sera adapté au contexte naturel par un choix de matériaux durable en bois d'essence locale
La signalétique sera déclinée de la même manière



Créer une nouvelle image et contribuer à l'attractivité économique et résidentielle du territoire. - Intégration paysagère

L'INTEGRATION PAYSAGERE

BIEN : PLANTATIONS et LIMITES de parcelles

- Créer une nouvelle image et contribuer à l'attractivité économique et résidentielle du territoire.
- Intégrer les plantations et limites de parcelles dans le paysage.
- Créer une nouvelle image et contribuer à l'attractivité économique et résidentielle du territoire.

DEFINITION des HAIES/PLANTATIONS séparatives et limites de parcelles :

Les haies et plantations séparatives ont pour objectif de limiter l'impact visuel des constructions et de contribuer à l'attractivité économique et résidentielle du territoire.

SCHEMA d'une HAIE :

CONCEPTS d'implantation (Avec Haie - Cf. Choix et des Plantes séparatives) :

HAIES et PLANTATIONS :

- Haies et plantations séparatives : Créer une nouvelle image et contribuer à l'attractivité économique et résidentielle du territoire.
- Haies et plantations séparatives : Créer une nouvelle image et contribuer à l'attractivité économique et résidentielle du territoire.
- Haies et plantations séparatives : Créer une nouvelle image et contribuer à l'attractivité économique et résidentielle du territoire.

Palette végétale Haies



► L'idée est de mieux intégrer le camping dans le milieu.

► De mieux intégrer les emplacements et les hébergements

► Revoir les limites séparatives

► Planter des espèces locales

LES ACTIVITES ET SERVICES PROPOSES

LA PISCINE

- ▶ L'idée est de proposer une piscine adaptée au milieu (sous réserve des autorisations)
- ▶ Elle serait placée à proximité de la salle et d'un ancien Sanitaire
- ▶ Les plages de la piscine seront du sable afin de s'adapter au milieu et conserver une dimension naturelle



Un abri de piscine pourra s'installer au dessus



Les activités Proposées

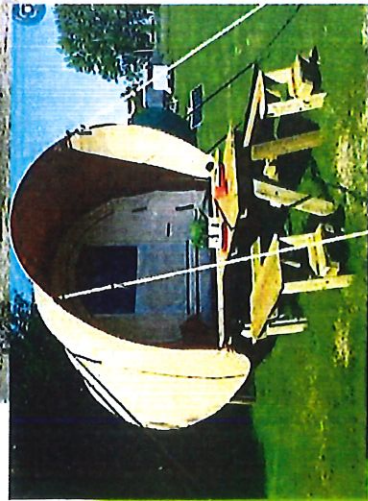
- ▶ Restauration (Ouverture Avril / Octobre)
 - ▶ Grillade - Pizza et Produits locaux
- ▶ Club enfant (Juillet Aout)
- ▶ Aire de jeux en base bois (toute l'année)
- ▶ Animation en soirée (MAY - Septembre)
- ▶ Piscine sablée (Avril Novembre)
- ▶ Ballade à vélo (Toute l'année)
- ▶ Location de vélo et garage de vélo (toute l'année)
- ▶ Cardio training (Toute l'année)
- ▶ Ballade et découverte de la baie de Canche
- ▶ Pétanque (toute l'année)
- ▶ Hammam - Sauna - Jacuzzi dans un ancien sanitaire
- ▶ Participation activité animateur (repas de groupe...)



Les hébergements court séjour:

Amélioration et diversification de la qualité de l'offre hébergement touristique au sein du camping en cohérence avec l'esprit des lieux.

Accompagner le développement des filières touristiques (tourisme de mémoire, tourisme d'affaire , nautisme et plaisance, tourisme à vélo, tourisme et handicap, sport et loisirs de **nature**



Des nouveaux hébergements seront proposés :
UN nombre de 15 à 20

Pour les cyclo touristes :

Logement à la nuitée dans des éco lodges

Développement d'offre packagée

Utilisation base nautique + hébergement

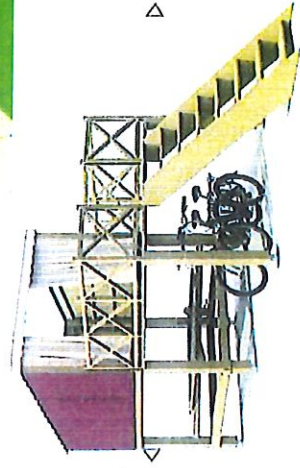
Pour le handicap

Installation d'hébergement locatifs adaptés au PMR

▶ Produit Baroudeur Game CABANON DK BANE fabrication Dunkerquoise

▶ Ces hébergements permettent de répondre aux nouvelles attentes des campings et de la clientèle étrangère notamment.

▶ Cible : les cyclo touristes.



LES HEBERGEMENTS LOCATIFS UTILISES EN TOUTE SAISON

Amélioration et diversification de la qualité de l'offre hébergement touristique au sein du camping en cohérence avec l'esprit des lieux.

Ecolodge isolation 4 saisons en location



- ▶ 25 à 40 modèles seraient installés
- ▶ Ces produits sur Pilotis seraient installés sur des parcelles d'environ 120 M2. Ces ecolodges de 2 ou 3 chambres équipés cuisine, Salle de Bain, Séjour.
- ▶ Ces produits isolés 4 saisons peuvent accueillir des familles pour des séjours de moyenne durée.
- ▶ L'installation sera progressive en fonction des possibilités du camping et de la demande.
- ▶ Une refonte de la distribution en EAU / ASSAINISSEMENT et ELECTRICITE sera nécessaire pour recevoir des hébergements qui seront loués toute l'année

Les hébergements insolites et les hébergements famille

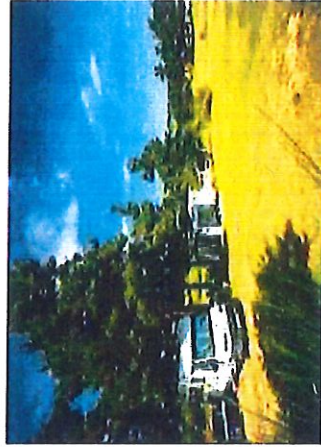


- ▶ La cible sont des familles ou des couples.
- ▶ UN grand soin sera donné pour le choix des matériaux pour le bardage et l'insertion paysagère
- ▶ Le nombre sera situé entre 30 et 40



Les emplacements de passage

- ▶ Des emplacements seront conservés pour accueillir des campings car, des caravanes ou des tentes
- ▶ Le nombre serait d'environ 40 à 50 et s'adapteront à la demande.
- ▶ L'objectif est d'assurer un service de qualité ,
- ▶ Une zone de service pour les camping-Cars sera aménagée à l'entrée du camping



REPONSES DU CAMPING AUX ENJEUX DE L'ENVIRONNEMENT:

Amélioration paysagère et écologique des campings et accompagnement des projets

Les déchets

- ▶ Organisation progressive du tri sélectif
- ▶ Organisation du compostage
- ▶ Broyage sur place et utilisation en paillage
- ▶ Formation sur place des occupants à la gestion des déchets
- ▶ Récupération des eaux de pluie
- ▶ Utilisation du goutte à goutte
- ▶ Mise en place de compteurs électriques et de compteurs d'eau

Action collective

- ▶ Organisation de ballades permettant la découverte de la baie de canche
- ▶ Location de vélo au sein du camping pour limiter les voitures
- ▶ Mise en place du compostage à l'échelle du camping

PROGRAMME DE REALISATION

- ▶ Le camping sera réaménagé par phase
- ▶ Novembre dépôt des dossiers de demande d'autorisation
- ▶ Entre Septembre 2022 et MARS 2023
 - ▶ Rénovation intérieur des bâtiments sanitaires
 - ▶ Plantation de végétaux
 - ▶ Mise aux normes du réseau d'eau et assainissement
- ▶ Entre Octobre 2023 et MARS 2024
 - ▶ Réalisation des travaux suite aux autorisations.
 - ▶ Réaménagement de zone locative pour l'installation de tous les hébergements locatifs
 - ▶ Réaménagement de la zone pour les campings cars et emplacement de passage
 - ▶ Installation de la piscine (si possible)
 - ▶ Rénovation des bâtiments d'accueil afin de les intégrer au nouveau style et à la palette de couleur.
 - ▶ Installation du reste des hébergements locatifs

Commentaires

- ▶ L'évolution en terme d'équipement et l'évolution de la disposition des emplacements feront du camping de la PINEDE le CAMPING PHARE du SECTEUR
- ▶ Ce camping sera la locomotive touristique du secteur et ramènera également des nouveaux clients pour les commerces du secteur.
- ▶ Ce camping ouvert toute l'année pourra accueillir toute l'année avec des formules et des équipements adaptés à tous les budgets et tous les besoins.
- ▶ Le groupe Nature et Vacances ainsi que l'ensemble des salariés sera à l'écoute des clients afin d'obtenir un excellent niveau de satisfaction.

Note Juridique économique et Financière

LA PINEDE

Jean-François MAES 01/08/2022



Fréquentation annuelle attendue

- ▶ La première année sera une année de transition liée aux travaux
 - ▶ Le remplissage prévu est de 50 %
 - ▶ Les parcelles de passage seront utilisées sur plus de 4000 Nuitées
- ▶ La seconde Année
 - ▶ Le remplissage serait de 70 %
 - ▶ Les hébergements pour vélo cyclistes , les hébergements insolites et les hébergements pour famille seront installés
 - ▶ Plus de 9000 Nuitées sont attendues
- ▶ La troisième année
 - ▶ Le remplissage serait de l'ordre de 85 %
 - ▶ Plus de 12 000 nuitées.
 - ▶ Tous les hébergements seront loués et si possible la piscine avec tous les autres services.

Période et Horaire d'ouverture

- ▶ Le camping sera ouvert toute l'année
- ▶ Des services seront ouverts en saison : restauration et certains hébergements
- ▶ Pour un camping 4 étoiles classé tourisme , le bureau aura une période d'ouverture de 10 Heures soit de 9 H à 12 H 30 et de 13 H 30 à 19 H
- ▶ L'objectif est d'assurer un service de qualité et que le camping de la pinède puisse aussi faire profiter les autres commerces du secteur.

La Proposition financière

- ▶ Le rachat du camping est proposé à 1 020 000 € net vendeur
- ▶ L'investissement travaux et hébergement est budgété à : 2 800 000 €
 - ▶ Travaux camping : 400 000 € pour la rénovation du camping en terme d'aménagement, réseaux assainissement, eau, électricité à réaliser sur tout le camping
 - ▶ Piscine : 300 000 €
 - ▶ Hébergements : 2 100 000 €
 - ▶ 20 hébergement pour vélo cycliste : 200 000
 - ▶ 20 Insolites : 400 000 €
 - ▶ 20 Hébergements 2 chambres : 500 000 €
 - ▶ 20 Hébergements 3 chambres : 600 000 €

BUSINESS PLAN LA PINEDE

Jean-François MAES 01/08/2022



HYPOTHESES D'EXPLOITATION

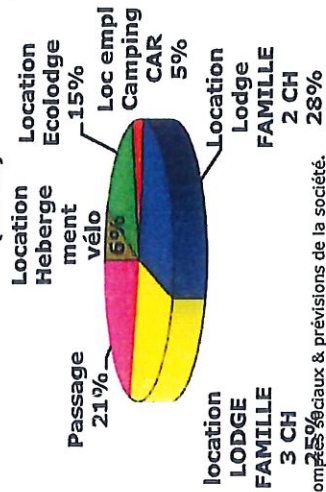
HYPOTHESES LIEES A L'EXPLOITATION
1. Detail des produits

FRANCE

SARL LA PINÈDE (CONS0)

	emp1-23	emp1-24	emp1-25	emp1-26	emp1-27	emp1-28	TOTAL
Locations Hébergement vélos							
Nombre de parcelles louées	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	90,0
Prix de vente moyen	1 400,00	4 800,00	5 400,00	5 400,00	5 200,00	5 440,00	4278,33
C.A. H.T.	21 000,0	72 000,0	81 000,0	81 000,0	78 200,0	84 600,0	385 050
Locations Ecologie							
Nombre de parcelles louées	12,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	132,0
Prix de vente moyen	4 000,00	7 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	8230,07
C.A. H.T.	52 800,0	170 000,0	198 000,0	198 000,0	212 200,0	217 000,0	971 940
Loc empl Camping CAR							
Nombre de parcelles louées	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	90,0
Prix de vente moyen	1 000,00	1 000,00	1 800,00	1 800,00	2 070,00	2 140,00	1782,00
C.A. H.T.	15 000,0	24 300,0	27 000,0	27 000,0	31 050,0	32 400,0	160 650
Location Lodge FAMILLE 2 CH							
Nombre de parcelles louées	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	90,0
Prix de vente moyen	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00	6 500,00
C.A. H.T.	97 500,0	97 500,0	97 500,0	97 500,0	97 500,0	97 500,0	855 000
Location LODGE FAMILLE 3 CH							
Nombre de parcelles louées	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	90,0
Prix de vente moyen	5 500,00	5 500,00	5 500,00	5 500,00	5 500,00	5 500,00	5 500,00
C.A. H.T.	82 500,0	82 500,0	82 500,0	82 500,0	82 500,0	82 500,0	735 000
Passage							
Quantités vendues	40,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	160,0
Prix de vente moyen	1800,00	2500,00	2500,00	2500,00	2400,00	2400,00	2177,08
C.A. H.T.	72 000,0	64 000,0	64 000,0	72 000,0	72 000,0	72 000,0	418 000
Loc vélo							
Quantités vendues	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	90,0
Prix de vente moyen	300,00	300,00	200,00	200,00	300,00	300,00	300,00
C.A. H.T.	4 500,0	4 500,0	4 500,0	4 500,0	4 500,0	4 500,0	27 000
COM / DIVIERS							
Quantités vendues	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	30,0
Prix de vente moyen	2 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00
C.A. H.T.	15 000,0	15 000,0	15 000,0	15 000,0	15 000,0	15 000,0	90 000
Loc piscine							
Quantités vendues	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	60,0
Prix de vente moyen	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00
C.A. H.T.	8 000,0	8 000,0	8 000,0	8 000,0	8 000,0	8 000,0	48 000
C.A. France H.T.	247 250	250 750	252 100	251 500	257 270	257 900	3 717 900

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR PRODUIT (en %)



Source : Comptes de laux & prévisions de la société.

- La première année est cohérente avec le redémarrage de l'activité.
- Suite à la construction de la piscine, le CA Va augmenter plus rapidement.

HYPOTHESE CA VENTES ANNEXES

Variables annexes

	emp1-3	emp1-4	emp1-5	emp1-6	emp1-7	emp1-8	TOTAL
Vente abri del jardin							
Quantités vendues	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	18,0
Prix de vente moyen	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
CA H.T.	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	36 000
Vente de GAZ							
Quantités vendues	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	65,0	390,0
Prix de vente moyen	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
CA H.T.	1 950,0	1 950,0	1 950,0	1 950,0	1 950,0	1 950,0	11 700
EPICERIE 20 %							
Quantités vendues	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	6,0
Prix de vente moyen	2229,00	2229,00	2229,00	2229,00	2229,00	2229,00	2229,00
CA H.T.	2 229,0	2 229,0	2 229,0	2 229,0	2 229,0	2 229,0	13 374
EPICERIE 4,5							
Quantités vendues	3526,00	3526,00	3526,00	3526,00	3526,00	3526,00	6,0
Prix de vente moyen	3 526,0	3 526,0	3 526,0	3 526,0	3 526,0	3 526,0	3266,00
CA H.T.	3 526,0	3 526,0	3 526,0	3 526,0	3 526,0	3 526,0	21 156
Pain							
Quantités vendues	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	6,0
Prix de vente moyen	1331,00	1331,00	1331,00	1331,00	1331,00	1331,00	1331,00
CA H.T.	1 331,0	1 331,0	1 331,0	1 331,0	1 331,0	1 331,0	7 986
Restauration 10 %							
Quantités vendues	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	6,0
Prix de vente moyen	10000,00	10000,00	10000,00	10000,00	10000,00	10000,00	10000,00
CA H.T.	10 000,0	10 000,0	10 000,0	10 000,0	10 000,0	10 000,0	60 000
Bébéson 10 %							
Quantités vendues	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	6,0
Prix de vente moyen	8500,00	8500,00	8500,00	8500,00	8500,00	8500,00	8500,00
CA H.T.	8 500,0	8 500,0	8 500,0	8 500,0	8 500,0	8 500,0	51 000
Aucres							
Quantités vendues	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Prix de vente moyen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CA H.T.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
bébéson 20 %							
Quantités vendues	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	6,0
Prix de vente moyen	15500,00	15500,00	15500,00	15500,00	15500,00	15500,00	15500,00
CA H.T.	15 000,0	15 000,0	15 000,0	15 000,0	15 000,0	15 000,0	90 000
CA-VENTE ANNEXE H.T.	40 026	40 026	40 026	40 026	40 026	40 026	240 018

► Le CA Vente annexes reprend les ventes du restaurant.

► UN taux de marge de 40 % est prévu

► Le CA devrait augmenter progressivement.

Les charges externes et Frais de personnel

Les charges fixes vont évoluer compte tenu de l'achat en crédit bail des hébergements, pour les charges d'entretien, des économies seront faites du fait de la proximité des autres campings du groupe

Le mode de gestion en tourisme et location d'Hébergements va générer de la création d'emplois.

7. Autres services extérieurs

	sept-23	sept-24	sept-25	sept-26	sept-27	sept-28	TOTAL
Loyer	0	0	0	0	0	0	0
Achat eau	-14 738	-21 230	-24 884	-27 661	-29 491	-30 716	-148 720
Electricité	-18 423	-26 538	-31 105	-34 576	-36 864	-38 395	-185 900
COMPTA	-4 076	-4 076	-4 076	-4 076	-4 076	-4 076	-24 456
Pi équipement	-2 423	-2 423	-2 423	-2 423	-2 423	-2 423	-12 511
Fournitures	-1 448	-1 448	-1 448	-1 448	-1 448	-1 448	-8 688
Animation + cadeaux client	-2 600	-3 000	-3 700	-4 258	-4 258	-4 258	-22 074
Credit bail Velo	-18 000	-18 000	-18 000	-18 000	-18 000	-18 000	-108 000
Assurances	-4 450	-4 450	-4 450	-4 450	-4 450	-4 450	-26 700
MAD-compta	-4 500	-4 500	-4 500	-4 500	-4 500	-4 500	-27 000
Pub-frais resa	-3 500	-10 500	-10 500	-10 500	-10 500	-10 500	-56 000
Credit bail ecobodge	-51 429	-85 714	-94 286	-94 286	-94 286	-94 286	-514 286
Frais bacaires+ass prêt	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-9 000
Credit bail Hébergement Famille	-90 000	-105 000	-120 000	-120 000	-120 000	-120 000	-675 000
Entretien	-5 162	-5 162	-5 162	-5 162	-5 162	-5 162	-30 972
Total services extérieurs	-222 248	-293 541	-326 034	-335 840	-339 957	-342 714	-1 860 393

	sept-23	sept-24	sept-25	sept-26	sept-27	sept-28	TOTAL
Salaires bruts	-83 000	-73 000	-83 184	-80 592	-81 761	-84 590	-465 167
Charges patronales	-25 200	-32 666	-37 433	-36 282	-36 792	-38 662	-206 065
Primes	0	0	0	0	0	0	0
Autres (Mauville)	0	0	0	0	0	0	0
Total Salaires et Charges	-83 200	-105 666	-120 617	-116 844	-118 553	-122 612	-672 792

COMPTE DE RESULTAT

	sept-23	sept-24	sept-25	sept-26	sept-27	sept-28	TOTAL
SOLDES INTERMEDIAIRES DE GESTION (en €)							
SARL LA PINEDE (CONSO)							
Vente de marchandises	408 486,0	579 786,0	677 136,0	749 556,0	798 306,0	831 936,0	4 045 206
Mat. premières et marchandises	(17 787,2)	(23 802,2)	(28 017,2)	(29 817,2)	(31 617,2)	(33 417,2)	(164 458)
MARGE COMMERCIALE	390 698,8	555 983,8	649 118,8	719 738,8	766 688,8	798 518,8	3 880 748,0
Autres achats et charges externes	(222 248,1)	(293 540,8)	(326 033,7)	(335 839,5)	(339 957,0)	(342 713,7)	(1 860 333)
VALEUR AJOUTEE	168 450,8	262 443,0	323 085,1	383 899,3	426 731,8	455 805,1	2 020 415,2
Impôts, taxes & assimilés	(7 393,0)	(9 292,0)	(9 791,0)	(10 790,0)	(12 789,0)	(13 788,0)	(63 843)
Charges de personnel	(88 200,0)	(105 966,0)	(120 617,2)	(116 843,5)	(118 553,4)	(122 611,6)	(672 792)
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	72 857,8	147 185,0	192 676,9	266 265,8	295 389,5	319 405,5	1 283 780,5
Amortissements.	(25 000,0)	(25 000,0)	(25 000,0)	(25 000,0)	(25 000,0)	(25 000,0)	(150 000)
Provisions pour risques & charges	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
RESULTAT D'EXPLOITATION	47 857,8	122 185,0	167 676,9	231 265,8	270 389,5	294 405,5	1 133 780,5
Produits financiers	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Charges financières	(37 380,0)	(34 140,0)	(36 094,3)	(36 210,0)	(32 070,0)	(27 930,0)	(203 824)
RESULTAT COURANT	10 477,8	88 045,0	131 582,6	195 055,8	238 319,5	266 475,5	929 956,2
Produits exceptionnels	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Charges exceptionnelles	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
RESULTAT EXCEPTIONNEL	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Impôts sur les bénéfices	(2 619,4)	(22 011,3)	(32 895,7)	(48 763,9)	(59 579,9)	(66 618,9)	(232 489)
RESULTAT DE L'EXERCICE	7 858,3	66 033,8	98 687,0	146 291,8	178 739,6	199 856,6	697 467,1

PLAN DE FINANCEMENT

PLAN DE FINANCEMENT (€) SARL LA PINEDE (CONS)	sept-23	sept-24	sept-25	sept-26	sept-27	sept-28
CASH FLOW D'EXPLOITATION						
Résultat Net de l'exercice	7 858	66 034	98 687	146 292	178 740	199 857
Dotations aux amortissements	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
* Capacité d'Autofinancement	32 858	91 034	123 687	171 292	203 740	224 857
* Variation Besoins en Fonds de Roulement	0	0	0	0	0	3 429
CASH FLOW D'EXPLOITATION	32 858	91 034	123 687	171 292	203 740	221 427
CASH FLOW D'INVESTISSEMENT						
* Acquisitions	0	0	0	0	0	0
- d'immobilisations incorporelles	0	0	0	0	0	0
- d'immobilisations corporelles	0	0	(300 000)	0	0	0
- d'immobilisations financières	0	0	0	0	0	0
* Cessions d'actifs	0	0	0	0	0	0
- d'immobilisations incorporelles	0	0	0	0	0	0
- d'immobilisations corporelles	0	0	0	0	0	0
- d'immobilisations financières	0	0	0	0	0	0
- Production Immobilisée	0	0	0	0	0	0
CASH FLOW D'INVESTISSEMENT	0	0	(300 000)	0	0	0
CASH FLOW FINANCIER						
* Remboursement dettes à long terme	(108 000)	(108 000)	(108 000)	(138 000)	(138 000)	(138 000)
* Remboursement des dettes gelées/moratornées	0	0	0	0	0	0
* Augmentation de capital	80 000	40 000	0	0	0	0
* Subvention	0	0	0	0	0	0
* Nouvelles dettes à long terme	0	0	300 000	0	0	0
* Distribution de dividendes	0	0	0	0	0	0
CASH FLOW FINANCIER	(28 000)	(68 000)	192 000	(138 000)	(138 000)	(138 000)
TOTAL CASH FLOW	4 858	23 034	15 687	33 292	65 740	83 427

▲ L'opération permet de se financer et dégager un cash Flow à partir de 2025.

▲ La gestion du camping sera créatrice de valeur ajoutée

