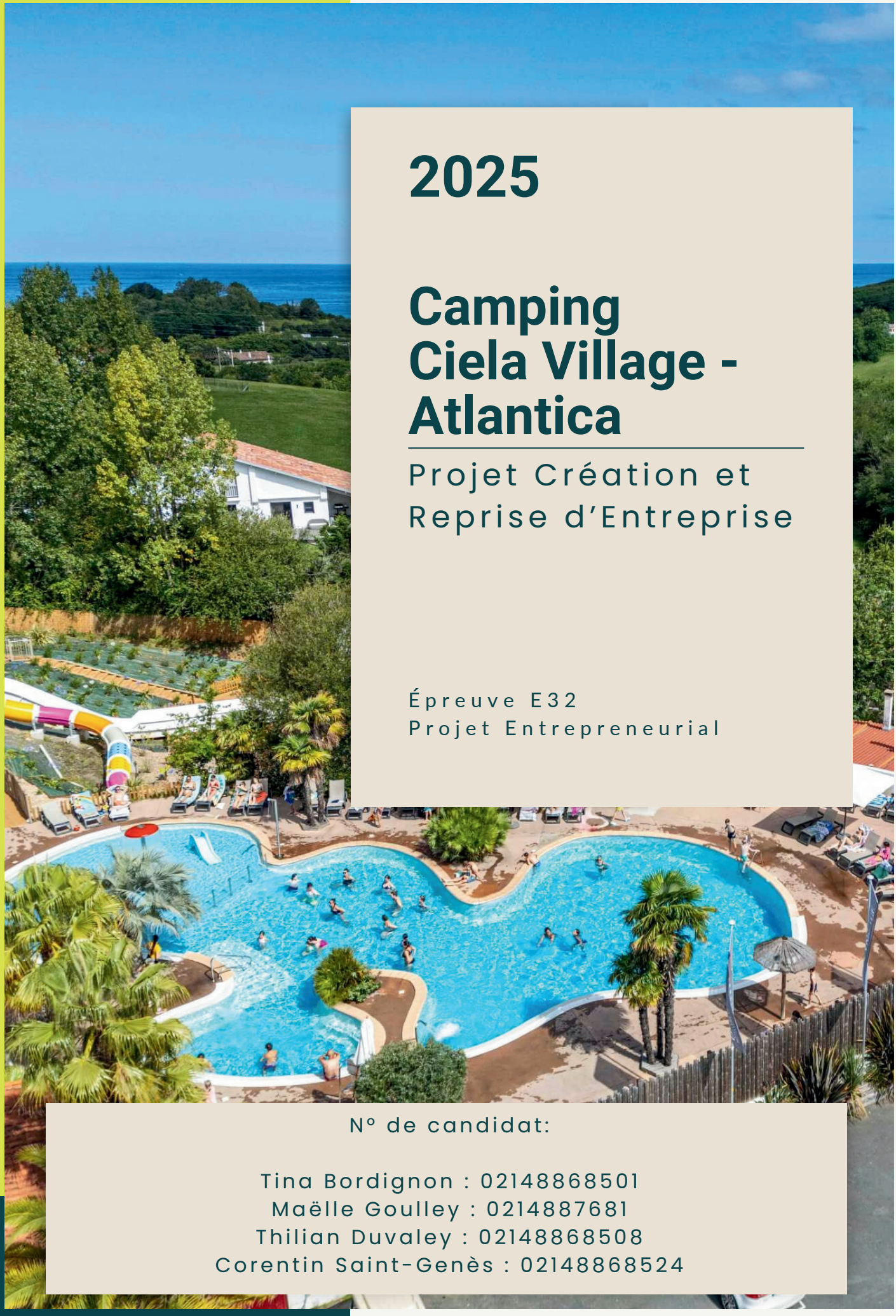


2025

Camping Ciela Village - Atlantica

Projet Création et Reprise d'Entreprise

Épreuve E32
Projet Entrepreneurial

N° de candidat:

Tina Bordignon : 02148868501
Maëlle Goulley : 0214887681
Thilian Duvaley : 02148868508
Corentin Saint-Genès : 02148868524

Sommaire

PRESENTATION DU CONCEPT — 03
EXECUTIVE SUMMARY — 04
LES PORTEURS DU PROJET — 05
OPPORTUNITÉ DU MARCHÉ — 06
ETUDE DE MARCHÉ — 09
CHOIX STRATEGIQUES — 12
MIX MARKETING — 13
BUSINESS MODEL CANVA — 17
MISE EN OEUVRE — 18
ETUDE FINANCIERE — 21
ANNEXE — 23



PRÉSENTATION DU CONCEPT

VISION GLOBAL DU PROJET

Bienvenue au Camping Atlantica – Ciela Village, un havre de paix niché au cœur d'un parc boisé à Saint-Jean-de-Luz, à seulement 650 mètres des plus belles plages de la côte basque.

Au Camping Atlantica – Ciela Village, nous mettons un point d'honneur à offrir un séjour confortable et convivial à tous nos visiteurs. Nos hébergements modernes et bien équipés garantissent des vacances agréables en famille, entre amis ou en couple.

Engagés pour l'environnement, nous avons obtenu le label Clé Verte, témoignant de notre volonté de proposer un tourisme durable et respectueux de la nature. Nous mettons en place des actions concrètes pour réduire notre impact écologique et préserver la beauté du Pays Basque.
Enfin, nous sommes fiers de notre ancrage local et nous valorisons la richesse culturelle basque.

Atlantica – L'âme du Pays Basque, le confort en plus !



- **Intégrité**
- **Innovation**
- **Engagement**
- **Responsabilité**

Intégrité, innovation et engagement : les piliers de notre démarche.

Executive Summary



Le camping

Épicerie

La clefs verte

Spa

Hébergement insolite



Camping 4 étoiles
en nouvelle aquitaine

Les chiffres clés:



CAF:
1 118 252€

Indice de sécurité:
0,89

Profitabilité:
12,85% du CA

PORTEURS DU PROJET



CORENTIN SAINT-GENES

DIRECTEUR

- *BTS MHR option Hébergement*
- *En charge de la supervision et de la gestion du président, et aura la capacité de prendre des décisions organisationnelles et stratégiques.*



TINA BORDIGNON

RESPONSABLE COMMERCIALE

- *BTS MHR option Hébergement*
- *Développera les ventes en attirant de nouveaux clients et en fidélisant les anciens, tout en gérant la promotion et la réservation des hébergements.*



MAELLE GOULLEY

RESPONSABLE RECEPTION

- *BTS MHR option Hébergement*
- *Supervisera l'ensemble de l'équipe en charge de la réception.*



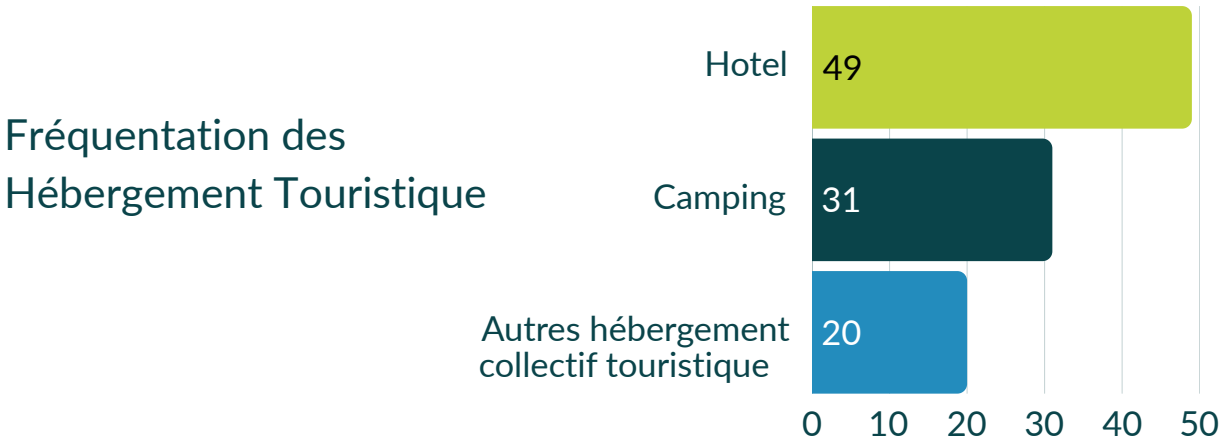
THILIAN DUVALEY

RESPONSABLE HÉBERGEMENT

- *BTS MHR option Hébergement*
- *Supervisera l'accueil et la gestion des hébergements du camping, assurant la qualité du service client et l'optimisation des réservations. Encadrera l'équipe de réception.*

OPPORTUNITÉS DU MARCHÉ

LE MARCHÉ DE L'HEBERGEMENT EN FRANCE



LE MARCHÉ DE L'HOTELLERIE EN PLEIN AIR



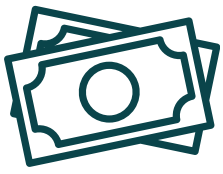
28 Millions de Nuités



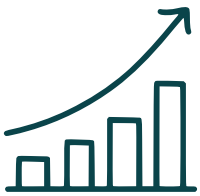
Première région touristique dans le secteur de l'hebergement !



⅓ des campings sont classés 3 étoiles



Ticket moyen de 724€ en Juillet/Aout



Hausse de la fréquentation de 3 pts

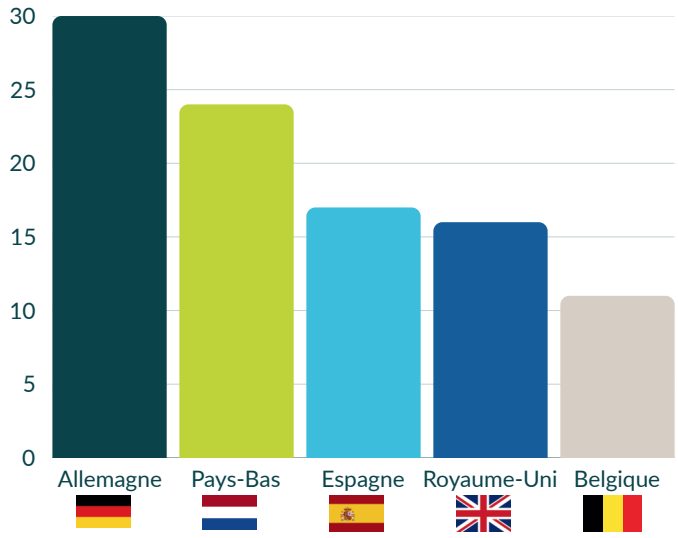


42% des camping ont une épicerie

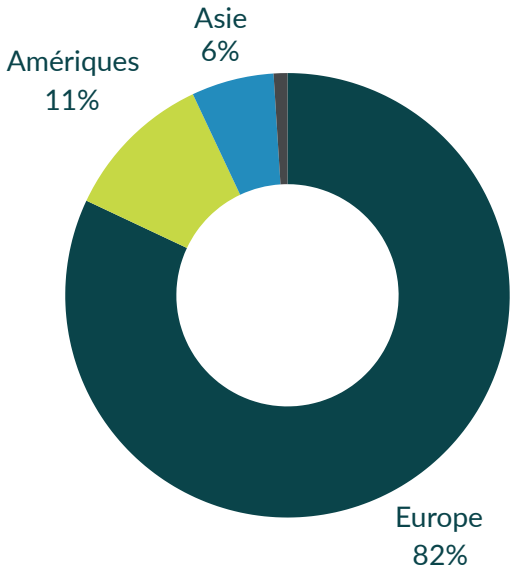
OPPORTUNITÉS DU MARCHÉ

LA CLIENTELE EN NOUVELLE AQUITAINE

Réservation de la clientèle étrangère (en %)



Répartition par Continent



LA DEMANDE DE LA CLIENTELE

69%
Des clients trouve important que le camping porte une attention particulière a la preservation de l'environnement

54%
Des clients souhaitent séjourner a proximité des point d'eau ou se baigner

44%
Des clients souhaitent un espace aquatique

28%
Choisissent leur camping en fonction des labels obtenue

26%
Des clients apportent beaucoup d'importance a la qualité des hébergement

26%
Des client prêtent attention au nombres d'étoiles du camping

OPPORTUNITÉS DU MARCHÉ

LE MARCHÉ DU SPA

Marché du tourisme du bien-être, attendu en 2030 :

1,9 trillions €

Offre locale :

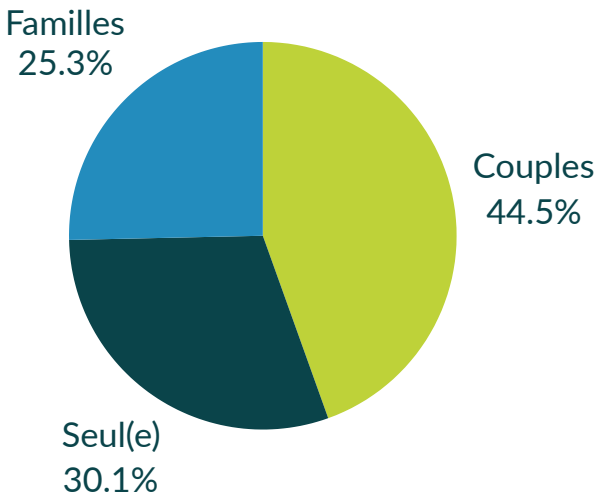
3
Centre de bien-être privé à Saint-Jean-de-Luz

0
Camping possédant un centre de bien-être à Saint-Jean-de-Luz



8 personnes sur 10 fréquentent les équipements du spa si ils existent

Fréquentation des spas



LA DEMANDE DE LA CLIENTELE

Renforce l'image haut de gamme et familiale

Allonge la durée de séjour moyenne

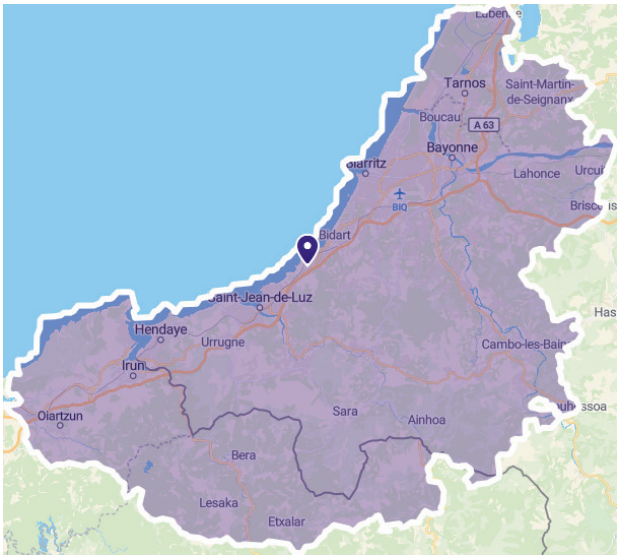
Répond à une demande non couverte sur la zone

Augmente le panier moyen par les soins, massages, abonnements

ETUDE DE MARCHÉ

A) EMPLACEMENT ET ZONE DE CHALANDISE

ZONE TOURISTIQUE



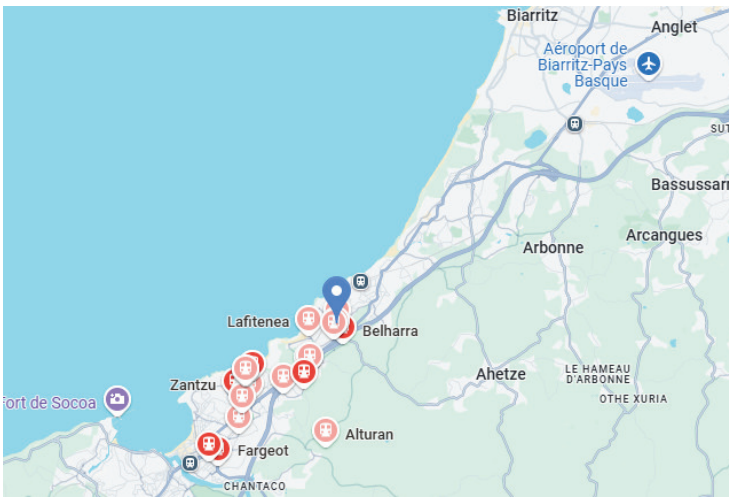
L'entreprise se situe à Jean-Saint-de-Luz dans le département des Pyrénées Atlantiques (64).
Nous avons choisi établi une zone de 30 km autour du camping. Dans ce rayon, nous retrouvons zone très **attractive** plus particulièrement en saison estivale avec plus de **6 millions de visiteurs et 29,1 millions de nuitées en camping.** Du fait de sa proximité avec les plages réputées pour le surf, des sentiers de randonnée, la richesse des paysages naturels et de l'attachement à la culture locale forte. De plus, nous avons également à quelques kilomètres, la frontière espagnole ainsi que deux grandes villes connues : Bayonne et Biarritz, qui organisent des événements culturels tels que la foire du jambon et les fêtes de Bayonne attirant énormément de touristes.

EMPLACEMENT : 15 chemin Miquelenia ,quartier Acotz, 64500 Saint-Jean-de-Luz



POINT D'INTERET TOURISTIQUE

Aux alentours du camping, plusieurs sites touristique qui s'offrent aux touristes. Parmi eux, Le fameux **Train de la Rhune** à quelques kilomètres attire chaque année touristes étrangers et français. Nous avons également le jardin botanique à Saint jean de Luz ainsi que différentes plages : **Parlementia, Lafiténia et Sénix.** Pour finir, nous bénéfions **des sentiers de randonnées** idéals pour découvrir les paysages.



ACCES AU LIEU

Le lieu est accessible en transport en commun :

- Ligne de bus 16 : arrêt Duhartia
- Ligne de bus 3 et 71 : arrêt Akotz
- Ligne de bus 316 : arrêt Belharra
- En train : Gare ferroviaire de Guéthery (2 km) ou la gare de Saint-Jean-de-Luz (5 km)
- En avion : Aéroport de Biarritz-Pays Basque à 16 kilomètres du camping

ETUDE DE MARCHÉ

B) SEGMENTS DE CLIENTÈLE

INDIVIDUEL LOISIRS : COUPLE ET AMIS

Profil : Couples sans enfants et groupes d'amis, en quête de détente et de convivialité.
Motivations : Calme, nature, confort, moments partagés, découverte locale.
Période et durée : Courts ou moyens séjours, surtout hors vacances scolaires.
Attentes : Hébergements confortables, propreté, prestations adultes (spa, animations douces).
Comportement : Réservation en ligne, recherche du bon rapport qualité/prix, dépenses sur place si l'offre séduit.

INDIVIDUEL LOISIRS : CLIENTELE SENIORS

Profil : Retraités seuls ou en couple, souvent fidèles, disponibles hors saison.
Motivations : Calme, confort, nature, bien-être, rencontres et découverte culturelle.
Période et durée : Séjours longs ou réguliers, surtout en basse et moyenne saison.
Attentes : Ambiance tranquille, hébergements pratiques (sans escaliers, bien équipés), animations douces, services de proximité.
Comportement : Réservation anticipée, sensibles aux offres senior / long séjour, fort pouvoir de recommandation.

INDIVIDUEL LOISIRS : FAMILLES

Profil : Parents avec enfants (souvent 2 ou plus), parfois familles recomposées ou élargies.
Motivations : Se retrouver, occuper les enfants, profiter d'activités variées et d'un bon cadre de vie.
Période et durée : Vacances scolaires (juillet-août), séjours d'1 à 2 semaines.
Attentes : Hébergements spacieux, clubs enfants/ados, animations dynamiques, piscine, sécurité, services pratiques.
Comportement : Réservation anticipée, budget maîtrisé mais prêt à dépenser pour le confort et les enfants.

INDIVIDUEL LOISIRS : INTERNATIONAUX

Profil : Touristes étrangers (Espagnols, Britanniques, Allemands, Hollandais..), en couple, en famille ou entre amis.
Motivations : Climat, paysages, culture française, authenticité, soleil et détente.
Période et durée : Séjours de 1 à 3 semaines, surtout en juillet-août, parfois hors saison pour les retraités.
Attentes : Accueil multilingue, signalétique claire, infos touristiques, hébergements confortables, animations accessibles.
Comportement : Réservation en ligne à l'avance, dépenses sur place (restauration, loisirs), recherche d'expériences locales.

ETUDE DE MARCHÉ

ANALYSE DES CONCURENTS

Itsas Mendi 4*

Prestations : Mobil-homes, emplacements, épicerie, espaces aquatiques, bar-restaurant, laverie, clubs d'animations
Forces : Personnel accueillant et agréable, emplacement idéal accès plage
Faiblesses : Espace aquatique petit, sanitaires pas adapté aux jeunes enfants
Tarifs : Entre 250€ et 600€ pour les mobil-homes

Tamaris Plage 4*

Prestations : Mobil-homes, emplacements, sauna, hammam, piscine chauffée
Forces : plage proche, animaux accepté, eau et électricité inclus, attestation d'excellence en 2017
Faiblesses : pas d'épicerie
Tarifs : Mobil-home : 540€ à 650€, Tente : 180€/sem, Camping-car : 220€/sem

Inter-Plage 4*

Prestations : mobil-homes, emplacements, piscine extérieure chauffée, espace zen avec massage, épicerie
Forces : large choix de location, collaboration avec un moniteur de surf
Faiblesses : site internet très mal fait, 5 personnes max dans une location
Tarifs : Mobil-homes : Entre 196€ et 650€, Emplacements : Entre 112€ et 182€

Arena 3*

Prestations : Mobil-homes, grandes tentes, emplacements, espace aquatique chauffé, espace zen avec massage,
Forces : animaux accepté, partenariat avec un moniteur de surf
Faiblesses : il faut louer les draps
Tarifs : Mobil-homes: 220€ a 450€, Emplacement: Entre 114€ /sem

Merko Larra 3*

Prestations : Mobil-homes, emplacements, bar snack, laverie
Forces : au bord de l'océan, tous les mobil-homes ont une terrasse
Faiblesses : véhicules à double-essieu interdit
Tarifs : Mobil-homes : à partir de 350€, Emplacements : à partir de 19€

CHOIX STRATÉGIQUES

LA CLIENTÈLE CIBLE

FAMILLE

Notre camping s'adresse en priorité aux familles qui recherchent des vacances dans un cadre conviviales et sécurisés. Nous répondons à leurs attentes en terme d'équipements adaptée (parc aquatique, club enfants) et amimations dédiées aux enfants. De plus, nous disposons de logement spacieux destinées aux familles.

COUPLE

Notre camping vise également les couples qui souhaient profiter d'un séjour reposant au bord de la mer. Cette clientèle recherche un cadre calme et naturel ainsi qu'un hébergement de qualité ce qui corresponds bien à notre concept. Cette cible saura présente plus particulièrement pendant la basse saison.

GROUPE DE SPORTIFS

Nous visons aussi une clientèle sportifs puisque notre camping est situé à proximité de nombreux itinéraires vélo et de sentiers naturels. Généralement, cette cible recherche des lieux pour camper sur leur trajet.

CLIENTELE INTERNATIONAL

Pour finir, notre camping cible une clientèle touristique plus variée, composée de vacanciers français mais aussi de nombreux étrangers notamment des Néerlandais, Allemands, Belges, ainsi que des Espagnols. Grâce à notre emplacement stratégique (à côté de la mer et les montagnes) et à notre accueil multilingue, nous sommes un camping idéal pour les touristes internationaux.

POSITIONNEMENT

Tout d'abord, nous positionnons sur le marché de l'hébergement de plein air haut gamme 4 étoiles.

Le camping Atlantica est un camping haut de gamme de 4 étoiles avec une démarche écoresponsable qui est mis en valeur par son label clef verte. De plus, nous mettons en avant des hébergements modernes de qualité et de tout confort. Nos services originaux comme l'épicerie et spa permettent de nous démarquer de la concurrence.

NOS VALEURS

Convivialité

Familiale

Ecologique

MIX MARKETING

LE PRODUIT

NOTRE OFFRE D'HÉBERGEMENT

1 **EMPLACEMENT TENTE - CARAVANNE**

- *24 M2*
- *Électricité*

2 **MOBIL-HOME CIELA CLASSIQUE - 4P**

- *22 M2*
- *2 Chambres*
  - *1 Double / 1 Twin*
- *Coin cuisine*
- *Salle de bain*

3 **TENTE CIELA LODGE - 5P**

- *32 M2*
- *2 Chambres*
  - *1 Double / 1 Simple*
    1 Lit superposé
- *Coin Cuisine*
- *Salle de Bain*
- *Terrasse couverte*

4 **MOBIL HOME CIELA FAMILLE - 6P**

- *32 M2*
- *3 Chambres*
  - *1 Double / 4 Simple*
- *Coin Cuisine*
- *Salle de Bain*

5 **MOBIL HOME CIELA PRIVILÈGE -6P**

- *35 M2*
- *3 Chambres*
- *Cuisine Équipée*
- *Climatisation*
- *TV*
- *Salle de bain*

6 **MOBILE HOME CIELA EXCEPTION - 6P**

- *42 M2*
- *2 Chambres*
  - *1 Double / 2 Simples*
- *Cuisine Équipée*
- *Climatisation*
- *Jacuzzi*
- *2 Salle de bain*





MIX MARKETING

LE PRIX

EMPLACEMENT
TENTE-CARAVANE

Basse saison
181€

Mi-saison
195€-230€

Haute saison
335€

MOBIL-HOME
CIELA CLASSIQUE 4P

Basse saison
261€

Mi-saison
302€-430€

Haute saison
790€-1000€

TENTE
CIELA LODGE 5P

Basse saison
335€

Mi-saison
414€-506€

Haute saison
895€-1210€

MOBIL-HOME
CIELA FAMILLE 6P

Basse saison
360€

Mi-saison
450€-540€

Haute saison
1030€-1490€

MOBIL-HOME
CIELA PRIVILÈGE 6P

Basse saison
435€

Mi-saison
520€-777€

Haute saison
1266€-1630€

MOBIL-HOME
CIELA EXCEPTION 6P

Basse saison
668€

Mi-saison
750€-864€

Haute saison
1603€-2100€

MIX MARKETING

LE PRODUIT
NOS SERVICES

EPICERIE
- Vente de divers produits :
- Alimentaires
- Mobilier pour le camping
- Souvenirs
- Produits régionaux

PARC AQUATIQUE
- Piscine chauffée, 3 toboggans, 2 bassins, jeux pour les enfants
- Ouvert à partir du 25 avril
- Horaires d'ouverture 10H à 20H
- Sous surveillance de de maitres nageurs

SALLE DE FITNESS
- Horaires d'ouverture de 9h à 20h
- 7€ la séance paiement en réception

ANIMATION
- Accès gratuit
- Club enfants 5 à 12 ans et club ados de 13 ans à 17 ans : le matin et l'après - midi en Juillet et en Août
- Tournois de sports
- Cours aquagym le matin
- Barbecues pour ados tous les lundis
- Pots d'accueil le dimanche
- Terrain de pétanque, multisports, ping pong air de jeux

SPA
- Offre de soins et de massages
- Hamman
- Jacuzzi

LOCATION DE VELO
- Prestataire Roulib à Bidart
- Location de vélo de ville ,remorque,
- vélo de course, vélo pour enfants

LAVERIE EN LIBRE SERVICE
Paiement en pièce de monnaie :
- 5€ lavage
- 4€ séchage





MIX MARKETING

COMMUNICATION ET DISTRIBUTION

	Objectif	Contenu
Site internet	• Informer les clients potentiels. • Amélioration du référencement naturel (SEO)	• Présentation des hébergements et services de l'hôtel avec photos et descriptions détaillées
Réseaux sociaux	• Dévelloper la notoriété du camping • Engagement de la communauté pour une meilleure fidélisation	• Publications photos, vidéos, story • Informations commercial
E-Mailing	• Encourager les réservations de clients • Renforcer le lien avec les clients	• Newsletter avec nos offres et promotions • Email de bienvenue pré séjour

Nous avons sélectionné ces moyens de communication pour maximiser notre **visibilité** et **interagir** efficacement avec notre clientèle. En combinant site web, réseaux sociaux, emailing et, nous assurons une présence digitale forte tout en maintenant un contact direct avec nos clients, favorisant ainsi la **notoriété**, **l'engagement** et la **conversion des réservations**.

DISTRIBUTION

Nos canaux de distribution ont été choisis pour répondre aux habitudes et préférences de nos clients

- ✓ **Site internet: (Direct)**
  - **Réserv**ation en direct (Sans commission)
  - Maîtrise complète de l'expérience clientèle
  - Gestion complète de nos offre
- ✓ **Téléphone: (Direct)**
  - Service client sur mesure
  - Capacité à satisfaire des demandes particulières
  - Souplesse dans la gestion des offres

BUSINESS MODEL CANVAS

Activités Clés

Communication et animation des réseaux sociaux.

Gestion des réservations et accueil des clients.

Relatio Client

Programme de fidélisation et offres spéciales pour clients récurrents.

Communication via réseaux sociaux et emailing.

Avis et témoignages pour renforcer la confiance.

Distribution

Téléphone: Contact direct pour conseils et réservations personnalisées.

Site Internet : Réservations en direct et présentation de l'offre

Source de revenus

Vente l'hébergement et d'emplacement (Location)

Service additionnels: Restaurant, Spa, Epicerie, Location de vélo, Salle de fitness...

Partanaires

Blanchisserie pour la location de linge

Fournisseurs d'énergie

Ressources clés

Emplacement et mobile Home

Site web bien fait

Label la clef verte

Proposition de valeur

Hébergements Confortables et respectueux de l'environnement.

Séjours adaptés aux couples, familles, groupes d'amis

Engagement écologique avec des cabanes éco-conçues et des activités durables.

Segment de marché

Couples et jeunes adultes en quête d'un séjour romantique proche de la cote

Groupes d'amis souhaitant partir en vacnaces dans un cadre reposant

Familles recherchant des activités pour leurs enfants

Structure de couts

Salaire et charges opérationnelle

Maintenance des hébergements

Frais sur la communication

MISE EN OEUVRE

NOTRE MAIN D'OEUVRE

CDI

- 1 Directeur Général
- 4 Responsables de Service
- 2 Réceptionnistes
- 2 Responsables espaces verts
- 2 Agents de maintenances
- 3 Personnels d'entretiens

Deux types de contrats seront utilisé afin de compléter les équipes pendants les durée d'ouverture saisonnières et pendant les fortes affluences.

CDD

- 2 Vendeurs épicerie
- 3 Spa praticienne
- 2 Réceptionniste
- 2 Responsables espaces verts
- 1 Agents de maintenances
- 7 Personnels d'entretiens
- 2 Maître nageur
- 4 Animateurs

POLITIQUE SALARIALE DE MOTIVATION ET FIDÉLISATION



Logement des saisonniers



Tenues de travail fournies



Team Buildings



Prise en charge des transports



Répartitions équitable des pourboires



Salle de pause

MISE EN OEUVRE

LA FORME JURIDIQUE

LA **S**OCIÉTÉ PAR **A**CTIONS **S**IMPLIFIÉE

Une grande souplesse de gestion et de statuts

La SAS offre une félixibilité accrue dans la rédaction de ses statusts, permettant au associés d'adapter les règles de fontionnement selon leur besoins. Cette souplesse concerne notamment:

- **La Gouvernance :** La SAS sera dirigé par un président ainsi que un comité direction ayant pour mission de, superviser la gestion du président et aura également les pouvoirs de prendre des décisions organisationelles et stratégique
- **La cession des titres :** La transmissions des actions sera encadré afin d'éviter des prises de contrôle non souhaitées

Avantages fiscaux

La SAS présente des atouts fiscaux et sociaux significatifs :

- **Régime fiscal des dividendes :** Les dividendes distribués ne sont pas soumis aux cotisations sociales, contrairement a la SARL
- **Protection social du dirigeant :** Le président de l'entreprise, bénéficie du statut d'assimilé salarié, lui donnant accès. à une protection sociale plus avantageuse.
- **Imposition des bénéfices :** La SAS est soumise à l'IS, le choix de l'IR est possible temporairement afin de faciliter la gestion fiscale lors des premières années d'exploitation.

Fléxibilité financière et levée de fonds

La SAS offre une facilité de financement accrue grâce à :

- **Investisseurs :** Contrairement à une SARL une SAS peut émettre des actions et acceuillir des investisseurs extérieurs, facilitant ainsi les levées de fonds.
- **Absence de capital fixe :** Contrairementà d'autres structures, il est possible de moduler le capital sociale en fonction des besoins d'investissement de l'entreprise.

Ce choix nous permettra donc lors d'un investissement futur l'ouverture de notre capital à des investisseurs afin de le financer. Cette structure facilitera également l'intégration de nouveaux associés sans contraintes excessives.

MISE EN OEUVRE

INVESTISSEMENTS NÉCESSAIRES

- **Achat du fond de commerce du terrain et des murs :**

Cette investissements de **5,5 M€** ce répartie sous le schéma suivant,

  - 7% sont des constitués d'éléments incorporel, la valorisation de la clientèle existante, l'enseigne, la réputation du camping, ainsi que les droits liés à l'exploitation.
  - 93% restant sont les éléments corporel incluant les infrastructures physiques du camping.

Cet investissement permet d'assurer la pleine propriété du site, garantissant ainsi une stabilité à long terme ainsi que la gestion total des aménagement futurs.

- **Travaux**

En complément de l'achat du fonds de commerce, des travaux significatifs sont prévus pour moderniser les infrastructures, créer de nouveaux services et améliorer l'expérience client.

  - **Épicerie de proximité :** Un espace de 60 m² sera aménagé pour accueillir une épicerie sur le site. L'investissement total pour cet aménagement s'élève à 90 000 €, soit 1 500 €/m², répartis de la manière suivante :
    - Équipement : 12 000 € (soit 200 €/m²)
    - Gros œuvre : 54 000 € (soit 900 €/m²)
    - Second œuvre : 24 000 € (soit 400 €/m²)

Cet investissement est amorti sur 5 ans, soit une charge annuelle de 18 000 €.

  - **Création d'un espace bien-être (Spa) :** Le projet comprend également l'aménagement d'un spa de 100 m², divisé en deux zones :

- Zone humide (50 m²) : 3 500 €/m², soit 175 000 €
- Zone sèche (50 m²) : 1 650 €/m², soit 82 500 €
- Gros œuvre : 100 m² × 900 €/m² = 90 000 €

L'investissement total pour le spa est donc de 347 500 €, amorti sur 5 ans, avec une charge annuelle de 69 500 €.

ETUDE FINANCIÈRE

COMPTE DE RÉSULTAT

	2026		2027		2028	
	€	%	€	%	€	%
CA Total	3 354 131 €	100,00%	3 488 296 €	100,00%	3 627 828 €	100,00%
Matières consommés	104 621 €	3,12%	108 806 €	3,12%	113 158 €	3,12%
Marge brute	**3 249 510 €**	**96,88%**	**3 379 490 €**	**96,88%**	**3 514 670 €**	**96,88%**
Charges de Personnel	693 750 €	20,68%	707 625 €	20,29%	721 778 €	19,90%
Marge sur coût principal	**2 555 760 €**	**76,20%**	**2 671 865 €**	**76,60%**	**2 792 892 €**	**76,99%**
Frais Généraux	603 226 €	17,98%	621 952 €	17,83%	641 954 €	17,70%
Résultat brut d'exploitation	**1 952 534 €**	**58,21%**	**2 049 914 €**	**58,77%**	**2 150 938 €**	**59,29%**
Coût d'Occupation	719 469 €	21,45%	698 182 €	20,01%	673 646 €	18,57%
Resultat courant avant impôt	**1 233 065 €**	**36,76%**	**1 351 732 €**	**38,75%**	**1 477 292 €**	**40,72%**
Produit exceptionnel	0 €		0 €		0 €	
Charges exceptionnelles	0 €		0 €		0 €	
Resultat exeptionnel	**0 €**		**0 €**		**0 €**	
Impôt sur les sociétés	**834 283 €**	**24,87%**	**867 824 €**	**24,88%**	**902 707 €**	**24,88%**
Résultat net	**398 783 €**	**11,89%**	**483 908 €**	**13,87%**	**574 585 €**	**15,84%**
CAF	1 118 252 €	33,34%	1 182 090 €	33,89%	1 248 231 €	34,41%

Analyse financière du compte de résultat prévisionnel:

L'étude du compte de résultat prévisionnel sur la période 2026 à 2028 met en lumière une croissance régulière de l'activité et une rentabilité structurelle renforcée, soutenue par une gestion rigoureuse des charges et un modèle économique performant.

Répartition CA						
	Hébergement	%	Spa	%	Épicerie	%
CAHT	3 046 828,00 €	100,00%	169 702,84 €	100,00%	137 600,00 €	100,00%
Coût matières conso		0,00%	22 061,00	13,00%	82 560,00 €	60,00%
Marge brute	3 046 828,00 €	100,00%	147 641,84	87,00%	55 040,00 €	40,00%

Le chiffre d'affaires (CA) connaît une progression stable, passant de 3 354 131 € en 2026 à 3 627 828 € en 2028, soit une augmentation de +8,17% sur trois ans. Cette dynamique positive traduit un développement maîtrisé de l'activité, porté notamment par une offre d'hébergement particulièrement rentable contribue à enrichir l'expérience client et à accroître le panier moyen.

Les coûts de matières premières restent faibles, représentant seulement 3,12% du CA chaque année, ce qui permet de maintenir une marge brute exceptionnelle de 96,88%. Cette performance reflète la solidité du modèle économique, fondé sur des prestations à forte valeur ajoutée.

Les charges de personnel sont bien encadrées : elles augmentent légèrement en valeur absolue, mais leur part relative diminue progressivement, passant de 20,68% du CA en 2026 à 19,90% en 2028. Cette évolution témoigne d'une meilleure productivité et d'une adaptation efficace de la masse salariale à la croissance de l'activité.

Les frais généraux restent contenus et baissent légèrement en proportion du chiffre d'affaires (17,98% en 2026 contre 17,70% en 2028), traduisant un effet d'échelle positif et une meilleure absorption des charges fixes. Les coûts d'occupation, quant à eux, diminuent sensiblement, passant de 21,45% à 18,57% du CA, ce qui améliore nettement la rentabilité globale de l'entreprise.

Le résultat brut d'exploitation croît régulièrement, atteignant 2 150 938 € en 2028, soit 59,29% du chiffre d'affaires, contre 58,21% en 2026. De même, le résultat courant avant impôt passe de 1 233 065 € à 1 477 292 €, et le résultat net progresse de 398 783 € à 574 585 €, pour représenter 15,84% du CA en 2028. Ces indicateurs traduisent une rentabilité nette en forte progression, reflet d'un pilotage financier efficace.

La CAF dépasse 1,1 million d'euros dès 2026 et atteint 1 248 231 € en 2028, soit 34,41% du chiffre d'affaires. Ce niveau élevé permet à l'entreprise de financer ses projets futurs en toute autonomie, sans dépendre excessivement de financements extérieurs.

ETUDE FINANCIÈRE

Calcul BFR Initial	
Stocks TTC 5.5%	273 €
FG TTC 20%	40 476 €
TAV 20% Immo	88 544 €
Total	129 293 €

EVOLUTION DU BFR				
	Initial	2026	2027	2028
Stocks		273 €	273 €	273 €
Créance clients		0	0	0
Crédit de TVA		0	0	0
TT BESOINS		273 €	273 €	273 €
Dettes fournisseurs TTC 20%		6 569 €	6 832 €	7 105 €
Dettes sociales et fiscales, TVA		0	0	0
Côtisations sociales		0	0	0
TT RESSOURCES		6 569 €	6 832 €	7 105 €
BFR	129 293 €	-6 296 €	-6 559 €	-6 832 €
Variation du BFR	129 293 €	-135 589 €	-263 €	-273 €

Analyse financière du BFR :

Le règlement de nos clients au comptant permet d'éliminer toute créance client dans le calcul de notre BFR. De plus, le règlement de nos fournisseurs de frais généraux (eau, électricité) se fait également au comptant.

Cependant, nous payons 70 % de nos fournisseurs au comptant, tandis que les 30 % restants sont réglés à 30 jours.

Grâce à cela, l'activité du camping permet de dégager, dès la première année, un excédent de fonds de roulement.

Nous observons une forte baisse du BFR initial et du BFR de 2026, liée à la reprise de l'activité, qui génère de nombreux investissements nécessaires.

BILAN INITIAL				
ACTIF	Net	Amortissement et dépréciation	PASSIF	Montants
Actif immobilisé			**Capitaux propres**	
Immob incorporelles	842 742 €		Capital	650 000 €
Immob corporelles	5 099 979 €		Report à nouveau	
Immob financières	0 €		Résultat	
			Subventions d'investissement	
Total immob	5 942 721 €		**Total capitaux propres**	650 000 €
Actif circulant			**Dettes**	
Stocks			Emprunts	5 437 014 €
Créances clients	0 €		Dettes financieres diverses	
Autres créances	0 €		Dettes fournisseurs	
Disponibilités	144 293 €		Autres dettes	
Total actif circulant	144 293 €		**Total dettes**	5 437 014 €
TOTAL ACTIF	6 087 014 €		**TOTAL PASSIF**	6 087 014 €

Analyse du montage financier:

Le règlement de nos clients au comptant permet d'éliminer toute créance client dans le calcul de notre BFR. De plus, le règlement de nos fournisseurs de frais généraux (eau, électricité) se fait également au comptant.

Cependant, nous payons 70 % de nos fournisseurs au comptant, tandis que les 30 % restants sont réglés à 30 jours.

Grâce à cela, l'activité du camping permet de dégager, dès la première année, un excédent de fonds de roulement.

Nous observons une forte baisse du BFR initial et du BFR de 2026, liée à la reprise de l'activité, qui génère de nombreux investissements nécessaires.

ANNEXE

SEUIL DE RENTABILITÉ

Seuil de Rentabilité	2026	
	Montants	%
Chiffres d'Affaires	3 354 131 €	100,00%
Charges Variables	364 016 €	10,85%
Marge sur coût variable	2 990 115 €	89,15%
Charges Fixes	1 757 049 €	
Résultat	1 233 065 €	36,76%
Seuil de rentabilité	1 970 952,23 €	
Marge de sécurité	1 383 179 €	
Indice de sécurité		0,41

Charges Variables	2026
Couts Matière	104 621 €
Couts perso 20% variable	138 750 €
Frais géneraux 20% variable	120 645 €
TOTAUX	364 016 €

Charges Fixes	2026
Couts d'occupation	719 469 €
Frais generaux 80% fixe	482 580 €
Couts perso 80% fixe	555 000 €
TOTAUX	1 757 049 €

En 2026, le camping Ciela Atlantica prévoit un chiffre d'affaires de 3,35 millions d'euros. L'analyse de son seuil de rentabilité met en lumière une situation financière particulièrement saine.
Les charges variables représentent seulement 10,85 % du chiffre d'affaires, ce qui signifie que la majorité des coûts sont fixes. Cela traduit une structure d'exploitation stable mais exigeante, qui nécessite un volume d'activité suffisant pour être rentable.
Le seuil de rentabilité est estimé à environ 1,97 million d'euros. Ce montant correspond au niveau de chiffre d'affaires à partir duquel le camping couvre l'ensemble de ses charges. Or, le chiffre d'affaires prévisionnel dépasse largement ce seuil, ce qui permet d'envisager un résultat positif important.
La marge de sécurité s'élève à plus de 1,38 million d'euros, soit 41 % du chiffre d'affaires. Cette marge représente la zone de confort du camping : même en cas de baisse d'activité, la rentabilité resterait assurée. L'indice de sécurité confirme cette solidité financière.
Enfin, avec un résultat prévisionnel de plus de 1,23 million d'euros, le camping affiche une rentabilité nette de 36,76 %. Ce niveau de performance témoigne d'une excellente maîtrise des charges et d'une exploitation rentable.

ANNEXE

PLAN DE FINANCEMENT

En phase de lancement, l'investissement total s'élève à près de 5,94 millions d'euros, auquel s'ajoute une augmentation du besoin en fonds de roulement (BFR) de 129 293 €. Le besoin total atteint donc un peu plus de 6,07 millions d'euros. Ce besoin est intégralement couvert par un apport en capital de 650 000 € et un emprunt bancaire de 5,44 millions d'euros. Le plan intègre également une première dotation de trésorerie de 15 000 €, permettant de sécuriser le démarrage de l'activité.

À partir de 2026, l'entreprise entre dans une phase d'exploitation et commence à rembourser ses emprunts. Les échéances annuelles s'élèvent à environ 710 000 € en 2026, 731 000 € en 2027 et 753 000 € en 2028. Ces remboursements sont financés principalement par la capacité d'autofinancement (CAF), qui progresse chaque année : elle est de 1,12 million d'euros en 2026, 1,18 million en 2027 et atteint 1,25 million en 2028. Cela démontre une rentabilité croissante et une gestion efficace des résultats.
Par ailleurs, la diminution progressive du BFR sur cette période génère un léger apport de trésorerie supplémentaire, renforçant encore la solidité du plan de financement.

Le suivi de la trésorerie confirme la bonne santé financière du projet. Après un solde initial de 15 000 €, la trésorerie nette s'élève à plus de 559 000 € en 2026, puis dépasse 1 million d'euros en 2027 et atteint plus de 1,5 million d'euros en 2028. Cette évolution montre que le camping dégage chaque année une capacité suffisante pour rembourser ses dettes tout en augmentant ses réserves de liquidité.

Le plan de financement du camping Ciela Atlantica repose sur un équilibre financier rigoureux. L'investissement initial est largement couvert par des apports stables, et les remboursements futurs sont maîtrisés grâce à une capacité d'autofinancement en constante progression. La situation de trésorerie devient très confortable dès la première année d'exploitation, ce qui permet d'envisager sereinement l'avenir du projet, tout en préservant sa capacité à investir ou à faire face à d'éventuels imprévus.

	Initial	2026	2027	2028
Investissement	5 942 721 €			
Augmentation BFR	129 293 €	0	0	0
Remboursement d'emprunt		709 564,91 €	730 851,86 €	752 777,41 €
Remboursement compte courant d'associe				
Distribution Divende				
Total de besoin	6 072 014 €	709 565 €	730 852 €	752 777 €
Apport en capital	650 000 €			
Apport en compte courant associé				
Souscription emprunt banquaire	5 437 014 €			
CAF		1 118 252 €	1 182 090 €	1 248 231 €
Diminution BFR		135 589,28 €	262,77 €	273,28 €
Vente Immobilisation				
Subvention				
Total des ressources	6 087 014 €	1 253 841 €	1 182 352 €	1 248 504 €
Tresorerie Debut	0 €	15 000 €	559 276 €	1 010 776 €
Variation de tresorerie	15 000 €	544 276 €	451 501 €	495 727 €
Tresorerie de fin	15 000 €	559 276 €	1 010 776 €	1 506 503 €

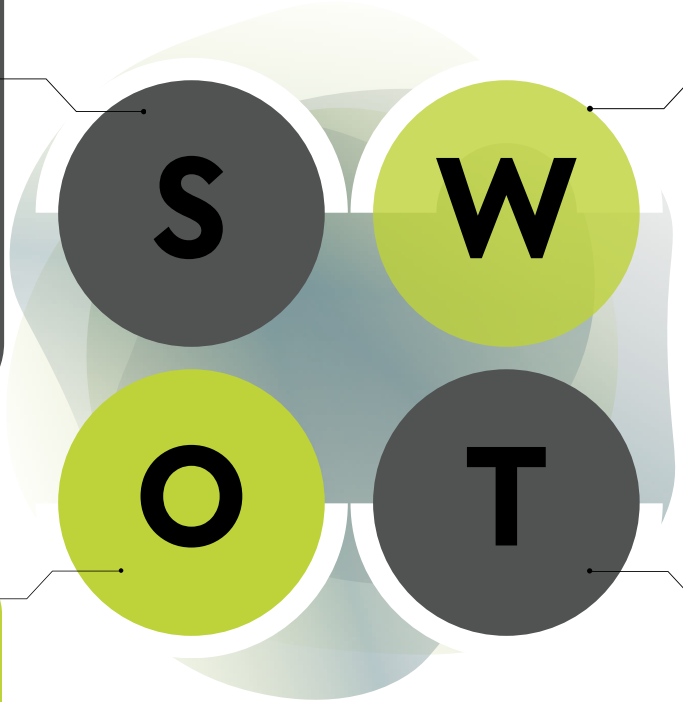
ANNEXE

FORCES

- Hébergement modernes de qualité et confort
- Emplacement aboré
- Offre de service diversifié : parc aquatique, salle de fitness, restaurant, épicerie, spa
- Accès direct à la plage
- Equipe multilingue
- Clientèle déjà existante
- Camping rentable
- Très bonne situation financière et une CAF importante

FAIBLESSES

- Manque de formation du personnel d'hygiène
- Manque d'équipement de vaisselle dans les mobil homes
- Mauvaise connexion Wifi



OPPORTUNITES

- Région attractive avec de nombreux sites touristiques
- Le camping est un moyen d'hébergement très prisé au pays basque
- Emplacement desservie par les transports
- Le projet conrespond aux attentes de la clientèle : parc aquatique, label, démarche écologique

MENACES

- Tributaire du temps
- Forte concurrence dans la zone chalandise
- La saisonnalité (pas ouvert en continu)

ANNEXE

TENUE DU PERSONNEL

Nous avons choisi de mettre en place une tenue pour nos employés.

ANNEXE

DÉPLIANT

Nos Services

Espace aquatique avec une piscine chauffée
Club enfants
Espace bien-être / spa
Épicerie
Location vélos
Services de bus
Wifi accessible
Bar-restaurant
Animations et soirées
Salle de fitness



Des hébergements tout confort



et parfaitement équipés !



Vous allez adorer notre camping à Saint Jean de Luz !

Des animations et activités conçues pour toute la famille

Le charme incomparable de la ville de Saint-Jean-de-Luz

Les plus beaux spots de surf du littoral basque et espagnol à proximité





Contacts

05 59 47 72 44
atlantica.cielavillage.fr
atlantica@cielavillage.com

Quartier acotz, 15 Chem. de Miquelenia,
64500 Saint-Jean-de-Luz

CAMPING Ciela Village ATLANTICA ****

HORAIRES D'OUVERTURE RÉCEPTION

Basse saison
9h à 13h et 14h à 19h

Haute saison (juillet-août)
8h à 20h

IMPRIMER PAR NOS SOINS
NE PAS JETER SUR LA VOIE PUBLIC

CAMPING Ciela Village ATLANTICA ****



ANNEXE

CHARTE GRAPHIQUE



CIELA VILLAGE
HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

ATLANTICA
CAMPING

#c0d000 #1A484D #575755

Aa Anton

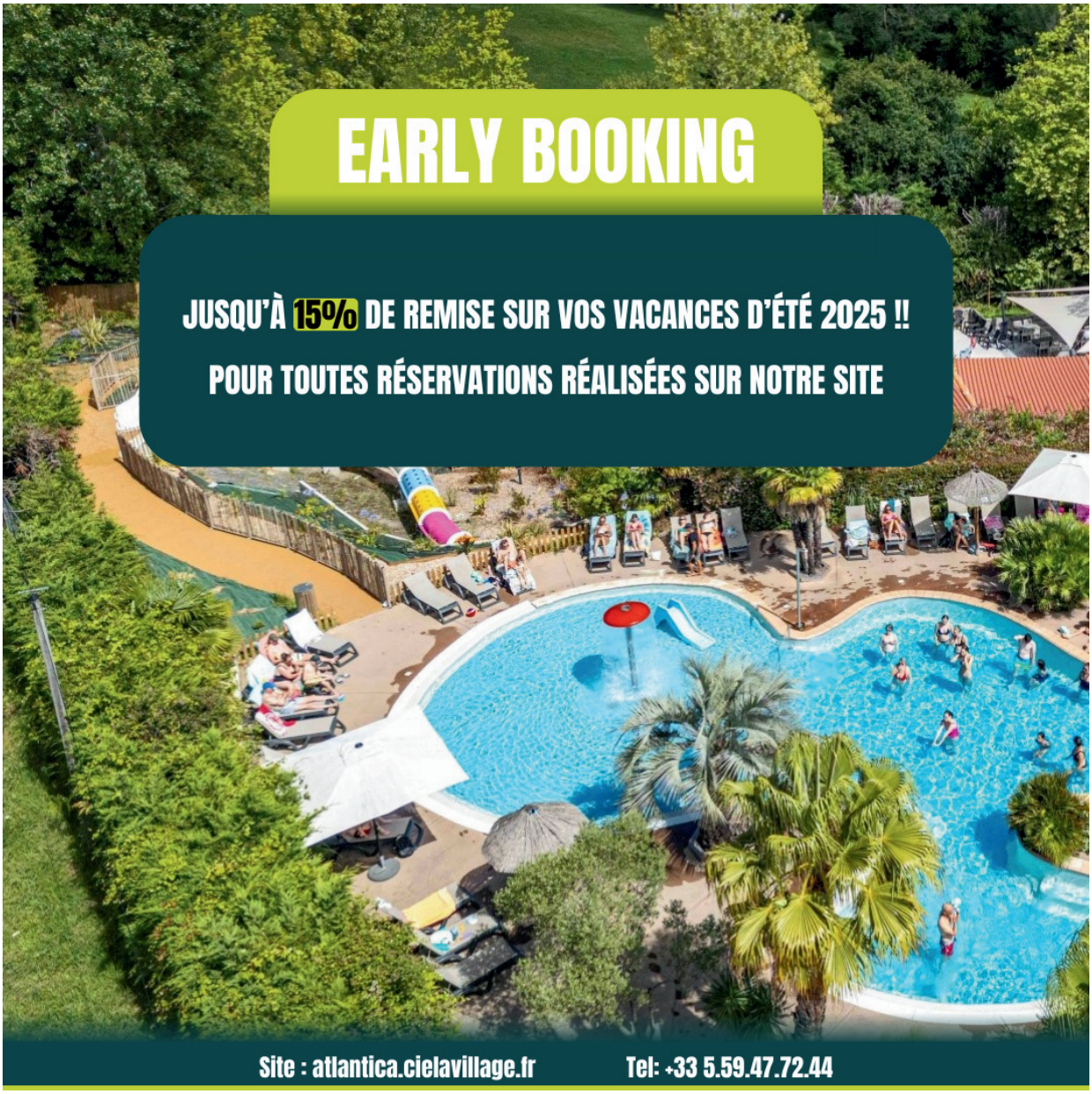
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

Aa Open Sans

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

ANNEXE

PUBLICATION RÉSEAUX SOCIAUX



⏰EARLY-BOOKING⏰

Réservez tôt et économisez sur vos vacances à Atlantica Ciela Village🌿

Avec notre offre Early Booking, profitez d'une réduction exclusive de 15% en réservant votre séjour pour l'été 2025 sur notre site dès maintenant*. Garantissez votre hébergement préféré à un prix avantageux et préparez vos vacances en toute sérénité. 🧳

Ne manquez pas cette occasion : l'offre est limitée, vous avez jusqu'au 31/12 pour en profiter!⏳

*Offre valable jusqu'au 31/12 inclus pour des séjours pour l'été 2025 sur une sélection d'hébergements dans notre camping

ANNEXE

LIGNE EDITORIALE

Thème	Format	Description	Plateforme	Rythme
Annonce ouverture réservation	Photo/Montage	Post qui annonce l'ouverture des réservations pour la saison 2025	Instagram/Facebook	À la date de l'ouverture des réservations
Promotion Early-booking	Visuel promotionnel	Promotion early-booking, -15% pour les réservations prises en avance (valable jusqu'au 31/12 inclus)	Instagram/Tiktok	5 mois avant l'ouverture, valable jusqu'au 31 décembre inclus.
Promotion saisonnière	Visuel promotionnel	Photo d'un mobil-home avec description de la promotion en dessousPromotion : pour 6 nuits la 7ème est offerte Visuel différent à chaque post	Instagram/Facebook / Tiktok	J-90J-60J-30J-15J-7
Team 2025	Photo de groupe	Photo de présentation de toute l'équipe de la saison 2025.	Instagram/Facebook	J-3 avant l'ouverture
Portrait des équipes	Photo/Vidéo	Pour chaque employé, photo/vidéo de présentation + poste occupé	Instagram/Facebook / Tiktok	1 post par semaine après l'ouverture
Repost publication/stories client	Photo/vidéo	Pour montrer que nous sommes à l'écoute de nos clients, les stories/publications pertinentes pourront être "repost" sur le compte du camping.	Instagram/Facebook	Selon les publications des clients.
Présentation des différentes activités au sein du camping	Vidéo/photo	Photo et description des activités proposées avec leurs horaires et tarifs	Instagram/Facebook / Tiktok	1 post par semaine avant et après l'ouverture (commencer à J-30)
Présentation des différentes activités à faire en dehors du camping	Photo	Photo description des activités : tarifs (offres),localisation,horaires	Instagram/Facebook / Tiktok	1 post par semaine avant et après l'ouverture (commencer à J-30)
Présentation du camping	Vidéo	Vidéo avec un personnel du camping qui va présenter les différents services, activités, animations..	Instagram/Facebook / Tiktok	2 mois avant l'ouverture et repost de la publication toutes les semaines en story
Présentation des animations/événement au sein du camping	Photo/vidéo	Description des événements : date ,horaires	Instagram/ Tiktok	J-1 avant l'événement