

Question 1 Nature et durée totale et restante du bail commercial
Pas de bail commercial.

Question 2 Description des locaux
Pas de locaux. Un utilitaire H2 L3 pour le déplacement sur les zones géographiques d'exploitations ainsi que le stockage des Fatscoots.

Question 3 : Nature et qualité des équipements pour la société Globetrotter

1. Trottinettes géante électrique Fatscoot:

- Équipements: Neuf Fatscoot, trottinettes géantes électriques, en excellent état.
- Entretien : Plaquettes de frein changées quotidiennement, batteries en bon état avec entretien annuel.
- Inclus dans la vente : Stock de produits d'entretien, pneus neufs, plaquettes neuves, système de freinage révisé, jeu d'outils et matières premières pour maintenance.

2. Camion de stockage et de déplacement :

- État : Camion presque neuf, borné à 54 km. - Valeur : Évalué à 20 000 € selon l'argus.
- Entretien : Carnet d'entretien à jour, vidange faite, pneus avant changés, contrôle technique prêt.
- Fonction : Utilisé pour le stockage et le transport vers les différents partenaires de camping. Tous les équipements sont prêts à l'emploi et bien entretenus, offrant une solution clé en main pour la continuité de votre activité.

Question 4 : Éléments sur le marché

Concurrence : Aucun concurrent direct dans un rayon de 50 km autour de la zone de chalandise, qui s'étend jusqu'au bassin Rennais et Saint-Malo.

- Partenariats : Nous collaborons avec trois campings partenaires : le camping des Pins à Erquy, le camping du Bocage du Lac à Jugons-les-Lacs, et le camping du Pont de l'Étang à Fréhel.

2. Demande du marché :

- Observations : Forte demande, soutenue par une visibilité constante auprès des clients des campings. Les créneaux horaires (cinq par jour) montrent une forte affluence et les balades proposées sont bien adaptées aux attentes des clients, avec des options variées.

3. Opportunités et menaces :

- Opportunités : Activité accessible à tous les âges, du grand-parent aux enfants, grâce à la facilité d'utilisation des Fat scooters. Possibilité d'élargir l'activité à d'autres zones géographiques telles que Saint-Malo ou Saint-Brieuc.
- Menaces : Aucun concurrent direct n'est actuellement en place, mais il pourrait y avoir un risque de saturation si d'autres entreprises décidaient de s'installer dans ces zones. Néanmoins nous sommes les premiers et avons le monopole puisque notre image de marque est de qualité (avis google, TripAdvisor etc)

4. Tendances sectorielles :

- Évolutions: Croissance de l'intérêt pour les activités en plein air et écoresponsables. Les E Fatscoots répondent à cette tendance grâce à leur nature écologique et leur facilité d'utilisation.

5. Segmentation du marché :

- Segments : Familles en vacances, groupes scolaires pour des activités éducatives, et touristes recherchant des expériences immersives en milieu naturel. Les balades sont adaptées aux familles, aux groupes, et aux individus cherchant des expériences variées.

6. Conditions économiques :

- Avantages : Les coûts variables sont faibles. Les campings partenaires offrent l'accès à l'électricité et à l'eau pour le chargement et l'entretien des fat scooters. Les pots d'accueil du dimanche soir permettent une visibilité accrue et une réservation anticipée, assurant une gestion efficace des demandes.

Question 5

Possibilité d'extension ou de diversification de l'activité pour Globetrotter

1. Diversification :

- Secteurs Complémentaires: La diversification est envisageable dans des secteurs sportifs ou de loisirs, comme les activités nautiques (si une entreprise existe déjà dans ce domaine) ou d'autres activités terrestres. Par exemple, intégrer des expériences combinées de E scooter et de sports nautiques pourrait attirer un nouveau public.
- Exploitation Continue : La pratique des fat scooters est possible même par temps de pluie, comme en témoigne l'exercice de l'activité en été 2024 avec de bons résultats même sous la pluie.

2. Extension Géographique :

- Nouvelles Zones : Il y a des opportunités d'extension dans d'autres zones géographiques des Côtes-d'Armor, notamment autour de Saint-Malo, Saint-Brieuc, ou d'autres zones touristiques. Cela permettrait de capter une clientèle plus large.

3. Optimisation Saisonnière :

- Basse Saison : Envisager des stratégies pour augmenter l'activité pendant la basse saison (juin et septembre) pourrait inclure des offres spéciales, des promotions ou des partenariats avec des attractions locales pour attirer plus de clients durant ces périodes.

4. Élargissement des Activités :

- Propositions Additionnelles : Introduire de nouvelles activités ou services pendant la basse saison, comme des visites guidées en trottinette électrique, pourrait aider à maintenir un flux de revenus constant.

5. Opportunités de Partenariats :

- Collaborations : Travailler avec d'autres entreprises locales dans le secteur du tourisme ou du sport pourrait ouvrir de nouvelles avenues pour la diversification et l'extension de l'activité.

6. Capacité d'Exploitation :

- Gestion du Temps : Actuellement, l'entreprise exploite à 100% ses capacités pendant la haute saison, et il pourrait être difficile d'augmenter l'activité pendant cette période. Une meilleure gestion de la saisonnalité pourrait aider à optimiser l'utilisation des ressources tout au long de l'année.

Question 6 : Types de contrats des employés

Contrat Actuel :

- Situation : Actuellement, la société Globetrotter est gérée uniquement par moi-même, le gérant, et ne possède qu'un seul salarié, en l'occurrence, le gérant.

2. Contrat Saisonnier :

- Possibilité : Un contrat saisonnier pourrait être envisagé pour faire face à la demande accrue pendant les périodes de haute saison, comme les mois d'été. Ce type de contrat est flexible et adapté aux fluctuations saisonnières de l'activité.

3. Contrat à Durée Déterminée (CDD) :

- Possibilité : Un CDD est une autre option pour les périodes spécifiques où une main-d'œuvre supplémentaire est nécessaire. Cela permet de recruter du personnel pour une durée fixe, en fonction des besoins de l'entreprise.

4. Indépendant :

- Possibilité : Faire appel à un travailleur indépendant ou à un freelance peut également être une solution viable. Cela permettrait de recruter des personnes sur une base ponctuelle ou selon les besoins, sans les engagements d'un contrat salarié.

5. Flexibilité des Contrats:

- Avantages: Chaque type de contrat offre différents avantages en termes de flexibilité et de gestion des coûts. Le choix entre un contrat saisonnier, un CDD, ou un indépendant dépendra des besoins spécifiques en main-d'œuvre et des conditions de travail de l'entreprise. En fonction des besoins spécifiques de l'entreprise, ces différentes options permettent d'adapter la gestion du personnel pour optimiser la performance durant les périodes de forte activité ou pour des tâches spécifiques.

Question 7

Environnement commercial et géographique de la société Globetrotter

1. Environnement Commercial :

- **Activité Principale :** Globetrotter propose des visites guidées en E-Fatcoot, une activité innovante et accessible, adaptée à tous les âges. La société est bien implantée auprès des campings partenaires, ce qui assure une visibilité constante et un flux régulier de clients.
- **Demande:** La demande est forte pendant la haute saison estivale, soutenue par la visibilité dans les campings et la popularité des balades proposées, qui incluent des visites enrichissantes des sites naturels et patrimoniaux.
- **Concurrence :** Aucun concurrent direct n'est présent dans un rayon de 50 km autour de Charlevoix-en-Dix, couvrant les zones de Erquy, Jugons-les-Lacs, et Fréhel. Cette absence de concurrence directe est un avantage concurrentiel significatif.

2. Environnement Géographique :

- **Zone d'Activité :** L'activité de Globetrotter s'étend sur plusieurs zones géographiques des Côtes-d'Armor, dont Erquy, Jugons-les-Lacs, et Fréhel. Chaque zone est desservie par des campings partenaires, facilitant l'accès aux clients et la gestion logistique.
- **Extension Potentielle :** Il existe des opportunités d'extension vers d'autres zones géographiques comme Saint-Malo ou Saint-Brieuc, où le potentiel de marché est élevé et la concurrence directe est limitée.
- **Saisonnalité :** L'activité est concentrée pendant la haute saison estivale, avec une demande élevée, et moins active pendant les périodes de basse saison (juin et septembre). Cet environnement commercial et géographique favorable, avec une demande robuste et peu de concurrence, offre de bonnes perspectives pour la croissance et l'expansion future de l'activité de Globetrotter.

Question 8

Nature de la clientèle et zone de chalandise pour la société Globetrotter

1. Nature de la clientèle :

- **Familles et Groupes :** La clientèle principale de Globetrotter se compose de familles en vacances, qui recherchent des activités de plein air adaptées à tous les âges, y compris les enfants et les grands-parents.
- **Touristes :** Les visiteurs des campings partenaires, qui sont souvent des touristes cherchant des activités originales et immersives pour découvrir la région.
- **Groupes Scolaires :** Parfois, des groupes scolaires et des activités éducatives sont organisés, particulièrement pour les jeunes lors des visites plus pédagogiques.

2. Zone de chalandise :

- **Principale Zone :** La zone de chalandise s'étend principalement autour des trois campings partenaires : Erquy (camping des Pins), Jugons-les-Lacs (camping du Bocage du Lac), et Fréhel (camping du Pont de l'Étang). Cette zone couvre un rayon de 50 km, incluant les villes et sites touristiques environnants.
- **Zone Potentielle d'Extension :** Il existe des opportunités d'élargir la zone de chalandise vers d'autres localités comme Saint-Malo et Saint-Brieuc, où le potentiel touristique est important et la concurrence est limitée. La clientèle de Globetrotter est donc variée, allant des familles locales et des vacanciers aux groupes scolaires, et la zone de chalandise principale est bien desservie grâce aux partenariats avec les campings dans une zone touristique attrayante des Côtes-d'Armor.

Question 9

Commodité d'accès et de stationnement pour la société Globetrotter

1. Camping des Pins à Erquy :
 - Stationnement : Les parkings sont prévus à l'entrée du camping, facilitant l'accès des clients.
 - Accès : Les clients reçoivent des plans par SMS lors de la réservation pour les guider jusqu'à notre emplacement à l'intérieur du camping.
 - Emplacement : Nous sommes situés sur une grande place où le briefing se déroule autour d'une structure gonflable pour enfants, offrant une visibilité et un accès facile.
2. Camping du Bocage du Lac à Jugons-les-Lacs:
 - Stationnement : Le camping dispose d'une place centrale pour le stationnement des clients.
 - Accès : Le briefing se fait sur un terrain de boules à l'entrée du camping, accessible et bien localisé pour les visiteurs.
3. Camping du Pont de l'Étang à Fréhel :
 - Stationnement : Les clients peuvent se garer facilement sur les parkings situés à l'entrée du camping.
 - Accès : Le briefing a lieu sur une place centrale proche de l'entrée, assurant une bonne visibilité et commodité pour les participants. Dans chacun des campings partenaires, l'accès et le stationnement sont bien organisés pour assurer la commodité des clients, avec des zones désignées pour les briefings et des instructions claires envoyées par SMS pour faciliter leur arrivée.

Question 10

Possibilité d'accompagnement par le cédant pour la société Globetrotter

Oui, il est tout à fait possible d'envisager un accompagnement par le cédant. Je suis disponible pour offrir un soutien complet durant la période de transition pour le nouvel acquéreur. Cet accompagnement peut inclure :

1. Formation : Formation sur les opérations quotidiennes, la gestion des réservations, et l'utilisation des équipements.
2. Introduction aux Partenaires : Introduction aux campings partenaires et aux contacts locaux pour assurer une transition en douceur.
3. Gestion des Clients : Assistance dans la gestion des clients et des réservations pour maintenir la continuité du service.
4. Support Logistique : Aide pour la compréhension des aspects logistiques, comme les accès et le stationnement sur les sites de camping.
5. Conseils Pratiques: Conseils sur les meilleures pratiques et stratégies pour optimiser l'activité et exploiter au mieux les opportunités du marché. Cet accompagnement vise à faciliter la prise en main de l'entreprise et à assurer une transition réussie.