

Stade Nautique Cap Provence



RAPPORT ANNUEL DU DELEGATAIRE *Exercice 2012*



SOMMAIRE

1 PRESENTATION GENERALE DE L'EQUIPEMENT.....	4
1.1 Rappel de l'équipement et de sa vocation.....	4
1.2 Rappel des objectifs de l'année en cours.....	5
1.3 Description du fonctionnement.....	6
1.3.1 Planning d'occupation en période scolaire.....	6
1.3.2 Planning d'ouverture en période de vacances scolaires.....	7
1.3.3 Volumes horaires par semaine.....	7
1.3.4 Représentation graphique des volumes horaires.....	8
1.4 Grilles tarifaires.....	10
1.5 Descriptif de l'équipement et périmètre d'exploitation.....	11
2 FREQUENTATION.....	11
2.1 Introduction.....	11
2.2 Fréquentation tout public.....	12
2.2.1 Représentation graphique de la fréquentation globale.....	12
2.2.2 Evolution graphique de la fréquentation mensuelle.....	13
2.2.3 Evolution graphique des fréquentations par segment.....	13
2.2.3 Fréquentation des activités.....	15
2.2.4 Détail de la fréquentation par jour de semaine.....	16
2.2.5 Répartition entre clients abonnés et clients individuels.....	16
2.2.6 Ratios territoriaux.....	17
2.2.7 Détail des scolaires.....	18
3 L'ORGANISATION	19
3.1 Le personnel.....	19
3.2 Aspect technique.....	19
3.2.1 Conduite des installations.....	20
3.2.2 Prestations de la SAUR.....	20
3.2.3 Travaux réalisés.....	21
3.2.4 Fermetures techniques.....	22
3.3 Synthèse pédagogique.....	22
3.4 Animation.....	23
3.4.1 Planning des activités.....	23
3.5 Promotion et communication.....	24
3.5.1 Communication.....	24
3.5.2 Promotion.....	24

4	RAPPORT FINANCIER.....	26
5	CONCLUSION.....	28
5.1	ASPECTS CONTRACTUELS.....	28
5.2	PERSPECTIVES POUR 2013.....	28

1 PRESENTATION GENERALE DE L'ETABLISSEMENT

1.1 Rappel de l'équipement et de sa vocation

Créé en 1979 par Monsieur Lacarrière, le groupe CARILIS doté d'une solide expérience en gestion et animation d'équipements sportifs, est sélectionné par la Communauté Urbaine de Marseille Provence Métropole (CUMPM) pour assurer l'exploitation du Stade Nautique Cap Provence par le biais d'un contrat de délégation de service public en affermage.

Rappel historique des évènements

- ✓ 1^o janvier 2007 : Changement du conseil d'administration du groupe CARILIS, composé des personnes suivantes :
 - ◆ Monsieur VILLE Christophe (Président du conseil d'administration)
 - ◆ Monsieur Ducerf Ludovic (Administrateur)
 - ◆ Monsieur Klechneff Franck (Administrateur et Directeur général)

- ✓ Suite à l'appel d'offre lancé en par la CUMPM pour l'exploitation du futur Stade Nautique Cap Provence, la société Carilis est retenue
- ✓ Juillet 2010 : signature du contrat de délégation en affermage
- ✓ 21 juillet : validation par la préfecture de la légalité du contrat
- ✓ 1^o septembre 2010 : date de prise d'effet du contrat
- ✓ De septembre 2010 à Décembre 2010 : mise en place d'une pré-programmation fonctionnelle d'exploitation
- ✓ 6 novembre 2010: Inauguration du centre
- ✓ 30 novembre 2010 : réception de l'établissement et remise des clés au délégataire.
- ✓ 1^o décembre 2010: Démarrage de l'exploitation
- ✓ Ouverture centre de bien être le 8 juin 2011
- ✓ Août 2011 : proposition de modification tarifaire et horaire
- ✓ Octobre 2011 : 1^o avenant portant sur modification horaire et tarifaire
- ✓ 6 mai 2012 : 2^o avenant portant sur modification de l'art 39 du contrat n^o 10/072 relatif à l'indexation des conditions financières

Avec le transfert de compétences des communes aux communautés de communes, communautés d'agglomérations, communautés urbaines, et l'augmentation des subventions allouées à ces différentes collectivités, la construction d'équipements sportifs, et particulièrement les centres aquatiques sont en plines effervescences.

Face à ce marché en pleine mutation et à une demande de plus en plus accrue, les centres aquatiques doivent répondre et satisfaire aujourd'hui à 3 logiques :

- ✓ Une logique sportive
- ✓ Une logique ludique
- ✓ Une logique marchande

Ces notions majeures doivent être prises en compte par les concepteurs et les gestionnaires.

Ouvert depuis le 18 décembre 2010, ce centre répond parfaitement aux exigences actuelles en matière de consommations de loisirs aquatiques tant par son architecture que par ses attractions aquatiques.

Face à ces défis, le groupe CARILIS s'est doté progressivement d'outils managériaux permettant d'optimiser l'exploitation de ces différents sites et d'obtenir les meilleurs ratios d'exploitations.

1.2 Rappel des objectifs de l'année en cours

Reconnue d'intérêt communautaire, le Stade Nautique Cap Provence est un établissement sportif et ludique dont l'originalité et la polyvalence constituent des atouts majeurs dans la structuration économique du tissu local.

Les installations prévues permettent de répondre aux ambitions sportives, ludiques et évènementielles.

Destinée à accueillir un public hétéroclite composé de scolaires de la région, d'habitants de Cassis, de Carnoux en Provence, et de Roquefort la Bedoule et des communes environnantes toute l'année, le Stade Nautique Cap Provence s'inscrit dans une démarche visible de promotion des activités ludo-sportives, avec cette volonté propre d'offrir aux habitants de la Communauté Urbaine de Marseille Provence Métropole un espace multi modal aquatique accessible à tous.

Objectifs :

Les objectifs principaux de Carilis quant à la gestion et l'exploitation du Stade Nautique Cap Provence, restent en premier l'accueil des différents publics :

-  Scolaires du territoire communautaire
-  Public
-  Clubs sportifs
-  Activités aquatiques diverses (aquagym, aquabilking...)
-  Centres de loisirs

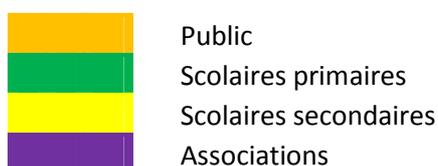
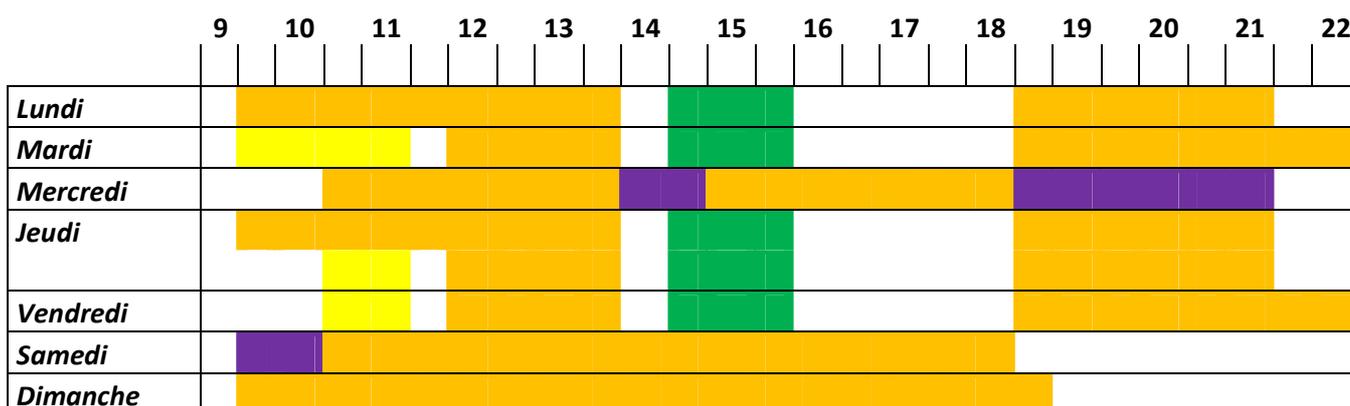
Objectifs d'optimisation de l'exploitation

- ✚ Optimisation de l'ensemble des ressources pour maintenir un niveau d'exploitation satisfaisant
- ✚ Création et mise en œuvre de l'offre de prestations
- ✚ Promouvoir l'établissement par des actions communicationnelles et évènementielles.
- ✚ Suivi technique du site et maîtrise des coûts d'exploitation en partenariat avec la SAUR (notre partenaire technique)

Le tout sous contrôle et approbation de la Communauté Urbaine de Marseille Provence Métropole

1.3 Description du fonctionnement

1.3.1 Planning d'occupation en période scolaire



1.3.2 Planning d'ouverture en période de vacances scolaires

	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Lundi														
Mardi														
Mercredi														
Jeudi														
Vendredi														
Samedi														
Dimanche														

 Public

1.3.3 Volumes horaires par semaine

Public

	Période scolaire		Volume	Vacances scolaires		Volume	Grandes vacances scolaires		Volume
	9H30	13H30		10H00	19H00		10H00	19H00	
LUNDI	9H30	13H30	4,00	10H00	19H00	9,00	10H00	19H00	9,00
	18H00	21H00	3,00						
MARDI	11H45	13H45	2,00	10H00	22H00	12,00	10H00	22H00	12,00
	18H00	22H00	4,00						
MERCREDI	10H00	18H00	8,00	10H00	19H00	9,00	10H00	19H00	9,00
JEUDI	9H30	13H30	4,00	10H00	19H00	9,00	10H00	19H00	9,00
	18H00	21H00	3,00						
VENDREDI	11H45	13H45	2,00	10H00	22H00	12,00	10H00	22H00	12,00
	18H00	22H00	4,00						
SAMEDI	10H00	18H00	8,00	10H00	18H00	8,00	10H00	18H00	8,00
DIMANCHE	9H00	13H45	4,75	10H00	19H00	9,00	10H00	18H00	8,00
	14H30	18H30	4,00						
			50,75			68,00			67,00

Variation 2011/2012

+ 2,75 H en période scolaire et + 3 h en période de petites vacances scolaires

Scolaires

Segments	Volumes
Primaires	8h
College	5h

Activités

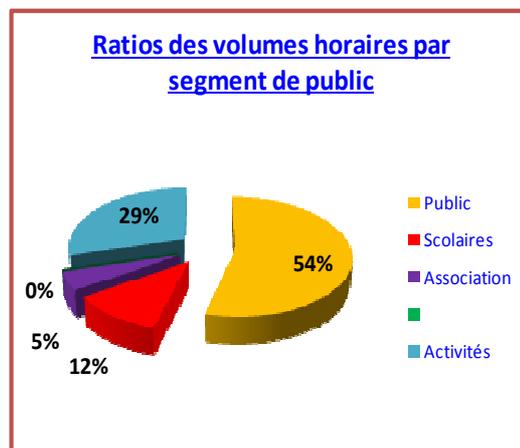
En période scolaire

Segments	Volumes
Aquagym	9,00
Aquabiking	10,50
Cours de natation	5,50
Aquaphobie	1,00
Jardin aquatique	1,00
Natation loisir	3,00
Fitness palmes	1,50
BB nageurs	1,00
Aquazumba	1,00
TOTAL	33,50

Période estivale

Segments	Volumes
Aquabiking	9
Aquagym	8,25
Cours de natation	7,5
Fitness palmes	1,5
TOTAL	26,25

1.3.4 Représentations graphiques



Au travers des éléments cités supra, nous constatons l'amplitude très large des ouvertures publiques avec notamment 62 heures d'ouverture moyenne toute période confondue. Un choix délibéré compte tenu de l'étendue de notre zone d'influence et de chalandise rayonnant au-delà du territoire communautaire faisant ainsi du Stade Nautique Cap Provence, l'établissement ayant le taux d'ouverture le plus élevé du secteur géographique.

(Exemple le centre Aquagem de Gemenos offre 40 heures d'ouverture en période scolaire).

Par ailleurs, il est à noter que nous offrons également plus de 30 heures d'activités aux usagers confirmant notre position stratégique de faire du Stade Nautique Cap Provence une vitrine des activités ludo-sportives.

A noter également l'élargissement des heures d'ouverture publique de 6 % ce qui a permis une augmentation significative de la fréquentation publique et particulièrement le jeudi (+ 44%)

1.4 Grilles tarifaires

TARIFS CONTRACTUELS	CAP PROVENCE
---------------------	--------------

Grille tarifaire		
Adultes	1 entrée (≤ 5€)	4,50 €
	10 entrées	37,50 €
	carte 10h	22,00 €
Enfants (3 à 12 ans)	1 entrée (≤ 3,5€)	3,00 €
	[gratuité < 3 ans]	10 entrées
Carte famille 1 an	prix carte	20,00 €
	entrée adulte	2,25 €
	entrée enfant	1,50 €
Activités aquatiques	1 cours	12,00 €
	10 cours	100,00 €
	Trimestre	90,00 €
	Année	270,00 €
Groupes	CLSH	2,30 €
	adultes	2,80 €
Comités d'entreprise	carnet 50 entrées	180,00 €
Scolaires	primaires 1 créneau 40'	69,00 €
	collèges 1 créneau 1h	118,00 €
	lycées ligne d'eau / 1h	118,00 €
Clubs et associations	ligne d'eau / 1h	25,00 €
	bassin / 1h	180,00 €
Pompiers	gratuité ¹	0,00 €
Mise à disposition de l'équipement	1/2 journée	1 000,00 €
	journée	2 000,00 €
	week-end	4 500,00 €

¹ en tenue et dans le cadre de l'entraînement

Cette dernière n'a pas subi de modifications en 2012

1.5 DESCRIPTIF DE L'ÉQUIPEMENT ET PÉRIMÈTRE D'EXPLOITATION

L'infrastructure comporte les principales installations suivantes :

- ✚ 1 bassin sportif de 525 m² (25X21) avec 8 lignes d'eau
- ✚ 1 bassin d'apprentissage et de loisirs de 310 m²
- ✚ 1 Pataugeoire de 25 m²
- ✚ Des gradins de 206 places
- ✚ Des plages minérales intérieures et extérieures
- ✚ Des vestiaires et sanitaires
- ✚ Des annexes administratives, fonctionnelles et techniques
- ✚ Un centre de bien être de 110 m² créé par **CARILIS**
- ✚ Un logement de gardien de 90 m²
- ✚ Une aire de service avec parking de 10 places pour le personnel
- ✚ Un bassin de rétention de 500 m³ destiné à recueillir les eaux de pluies et de vidange des bassins.

2 FREQUENTATION

2.1 Introduction

Le Stade Nautique Cap Provence se situe sur un bassin de population relativement faible (18 000 habitants), toutefois la proximité de zones à forte densité de population, Aubagne, la Ciotat et le sud de Marseille contribuera dans les mois à venir à générer des flux qui permettront un équilibre social et économique satisfaisant.

Sa situation en pleine pinède, la présence d'une cafétéria, d'un espace bien être, l'étendue de son offre font de cette équipement un lieu de vie tout au long de l'année et ce malgré la concurrence balnéaire en période estivale.

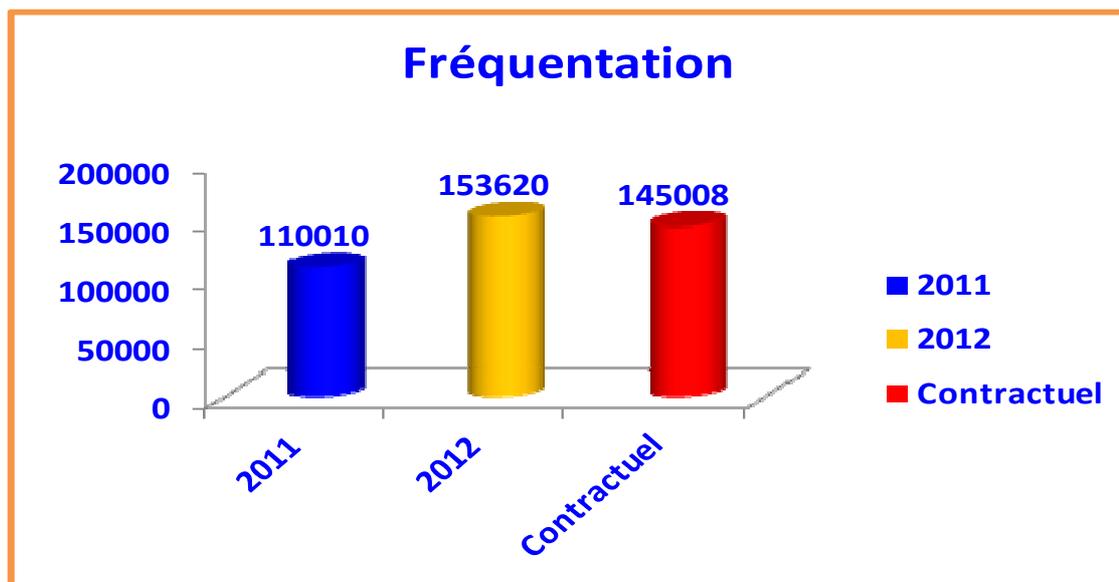
D'une manière générale les variables suivantes orientent l'évolution des fréquentations :

- ✓ Le climat
- ✓ La concentration de vacances scolaires
- ✓ Les actions commerciales et promotionnelles
- ✓ Les périodes de conjonctures économiques
- ✓ Les aspects culturels en matière de loisirs sportifs
- ✓ L'attractivité de l'offre de service
- ✓ La qualité de service

2.2 Fréquentation tout public

Variables	2011	2012	Contractuel
Fréquentation	110010	153620	145008

Fréquentation globale

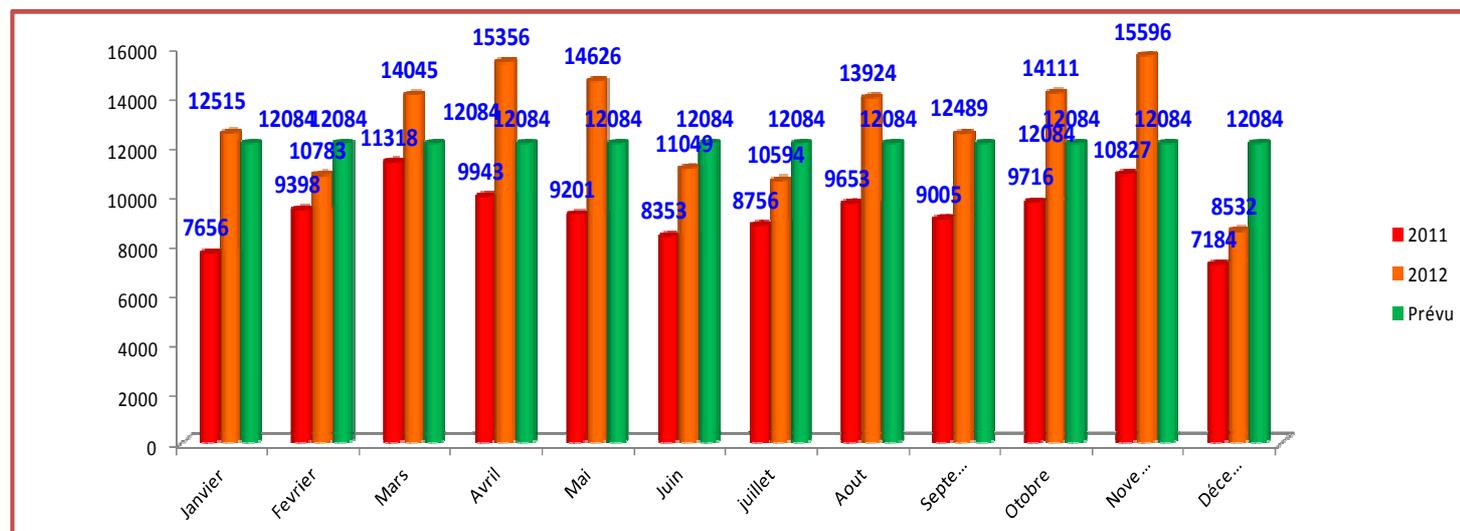


Une fréquentation globale sur 2012 supérieure de 38 % à 2011 et 5,6% comparativement au prévisionnel contractuel

Ces bons résultats se traduisent par une continuité et un renforcement des actions mises en place en 2011 :

- ✓ Mise en place d'une offre de service compétitive et flexible sur le champ concurrentiel auquel nous appartenons.
- ✓ Une segmentation et un positionnement ciblé
- ✓ Une politique d'animation événementielle prononcée
- ✓ Une flexibilité à l'écoute des clients
- ✓ Une prise en compte des critères locaux en matière de consommation de loisirs sportifs
- ✓ Elargissement de l'offre de service

2.2.1 Evolution graphique de la fréquentation mensuelle



Nous constatons au travers de ce tableau une progression significative sur chacun des mois.

Les plus fortes hausses enregistrées résident dans les mois suivants :

Janvier (+63%)

Avril (+54%) et mai (+59%)

Ces chiffres s'expliquent par une météo plutôt favorable (mauvais temps).

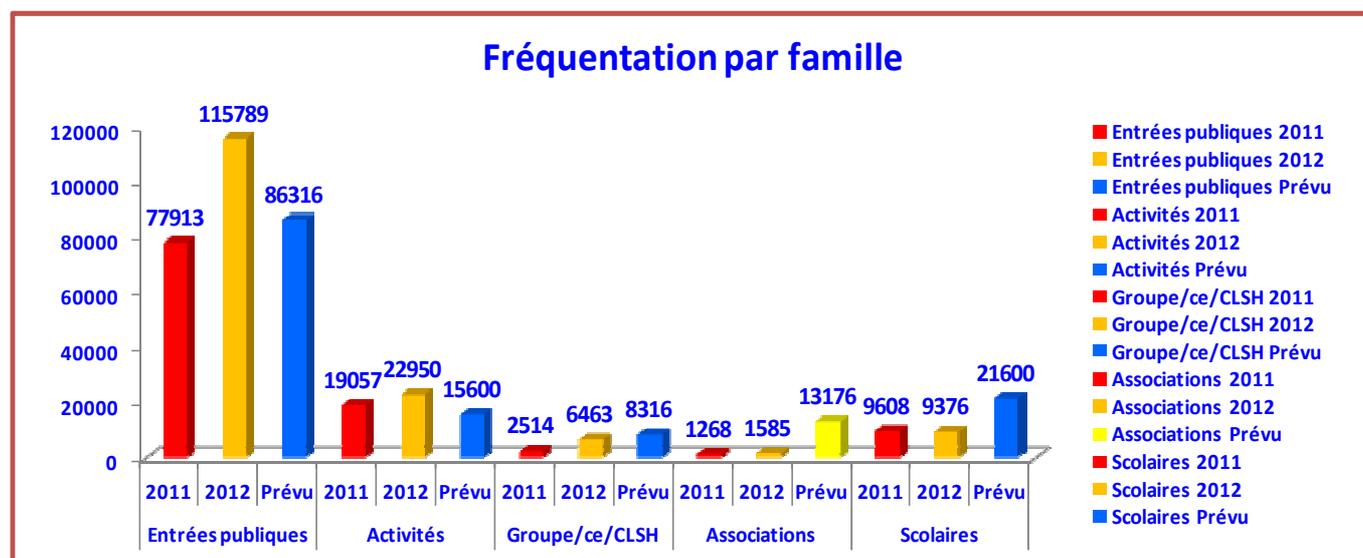
A contrario, les mois les plus faibles sont décembre et juin mais malgré tout en hausse par rapport à 2011

Ceci s'explique en partie par deux fermetures techniques d'une semaine chacune

Il est également à noter une fréquentation intéressante sur la période estivale malgré la concurrence balnéaire. Toutefois, les résultats estivaux demeurent inférieurs à ce que réalise une piscine sur cette période. A titre de comparaison, Gemenos réalise **50 000 entrées sur la même période contre 25 000 sur Cap Provence**

Au regard de la comparaison citée supra, il apparaît évident que la carence d'un espace aquatique extérieur constitue un écueil sur une trajectoire de développement

2.2.2 Fréquentation par segment



Ce graphique permet une vision segmentaire de la fréquentation et fait apparaître les évolutions suivantes :

Sur le segment du public, on constate une augmentation de 32 % par rapport à 2011 et 34 % par rapport aux prévisions contractuelles.

L'élargissement des ouvertures publiques, la saturation de l'offre aquatique sur le secteur sud de Marseille et la qualité des prestations ont contribué favorablement à cette forte progression.

Concernant la fréquentation des activités, elle est en progression constante de 16 %, et supérieure au prévisionnel de 47 %.

Cette évolution positive n'est pas étrangère à notre politique d'animation et notre volonté d'établir une offre de prestations correspondantes aux attentes locales.

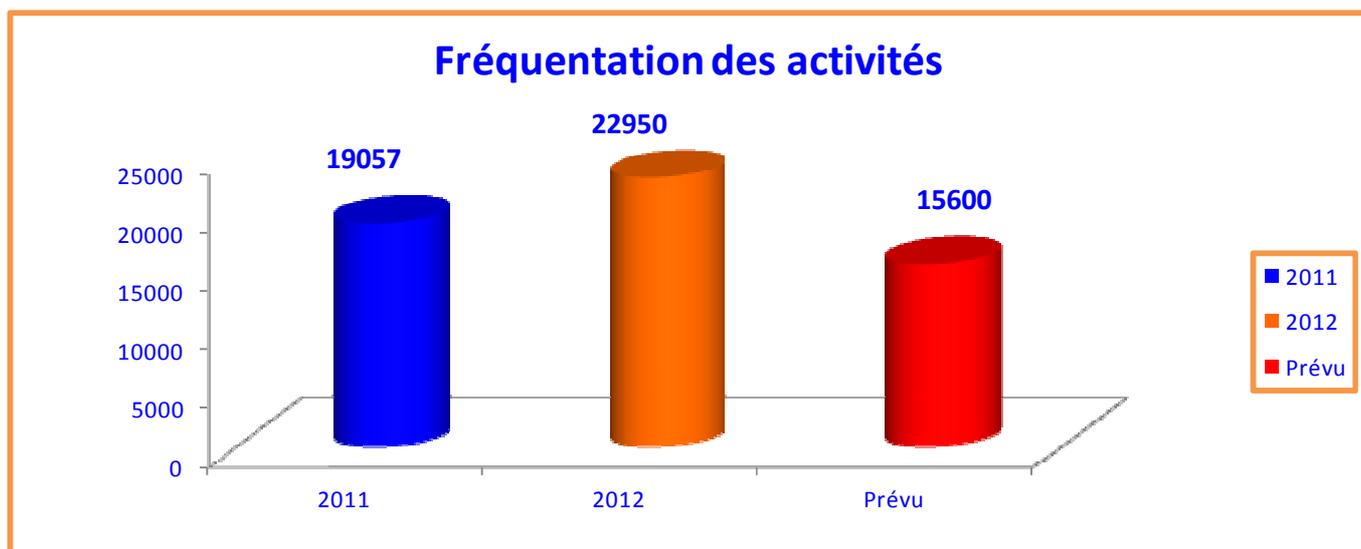
Cette politique forte, associée à une démarche interne flexible et une volonté d'innover permettront une croissance sans aucun doute exponentielle.

Toutefois, l'installation d'une concurrence agressive en terme de remise en forme aquatique sur la Ciotat pourrait freiner cette évolution dans les années à venir

A contrario, nous constatons toujours une faiblesse des entrées associatives et des entreprises. L'absence d'une zone d'activité forte à proximité constitue sans aucun doute une écume dans notre projet global. En effet la zone du Bregadan à Cassis ne comporte que 3 PME de 50 salariés.

Quant aux associations, la clause de non concurrence semble constituer un frein. Pour autant, le site se prête parfaitement à l'accueil de clubs sportifs dans le cadre de stage d'entraînement.

2.2.3 Comparatif de la fréquentation des activités



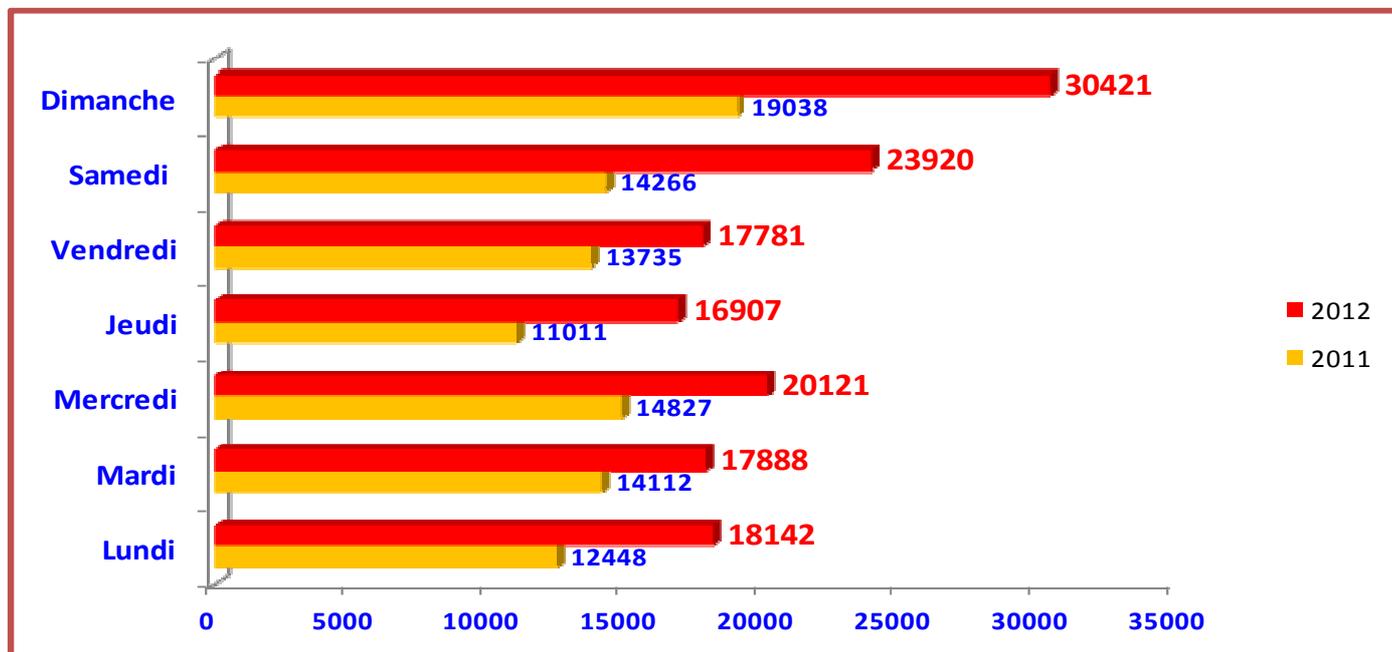
Nous constatons sur ce graphique la progression de 16 % de la fréquentation de l'ensemble des activités et 47% par rapport aux prévisions contractuelles.

L'aquagym et l'aquabiking représente près de 75 % de la fréquentation des activités

L'optimisation de notre système de servuction pour l'ensemble nos activités repose sur notre capacité à répondre à la demande, tout en intégrant des services de substitution en période de pointe et en créant des services complémentaires sur les périodes creuses.

Toutefois, l'intangibilité et la coproduction du service par le client donnent une difficulté non négligeable à une standardisation de nos prestations.

2.2.4. Détail de la fréquentation publique par jour de semaine

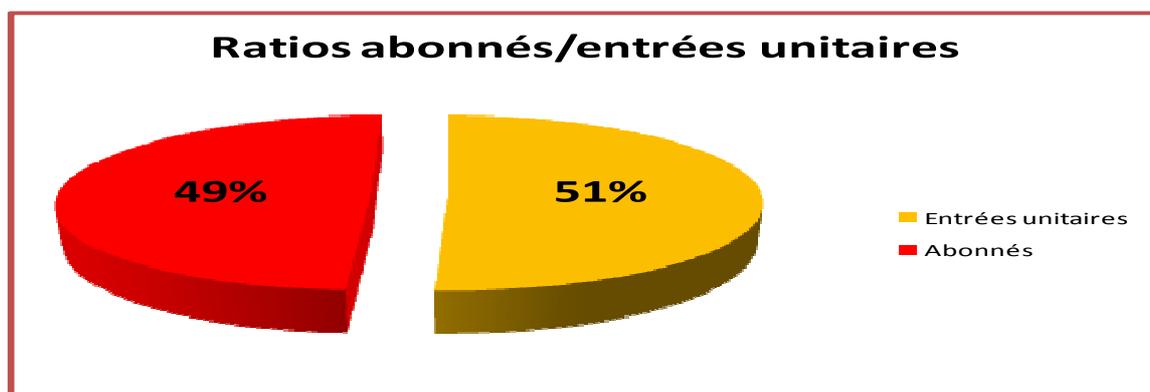


Ce graphique nous montre une progression moyenne de 30 % sur chacun des jours de la semaine.

Les plus fortes progressions se retrouvent sur le samedi (+ 40%), le dimanche (+37%) et le jeudi (+34%).

Le choix d'élargir l'ouverture publique le jeudi s'est avéré primordial et justifié

2.2.5 Répartition entre clients abonnés et clients individuels

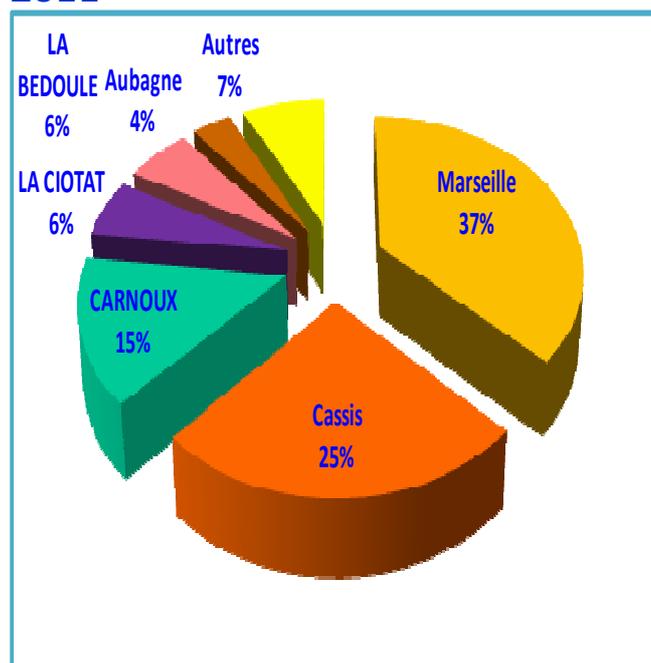


La fidélisation demeure un enjeu primordial dans le maintien du capital commercial de l'entreprise et à laquelle nous devons mener une réflexion permanente. L'avenir résidera dans notre capacité à satisfaire le client de manière permanente, mais aussi à avoir une meilleure connaissance des profils de nos clients pour adapter notre offre de service à leurs attentes.

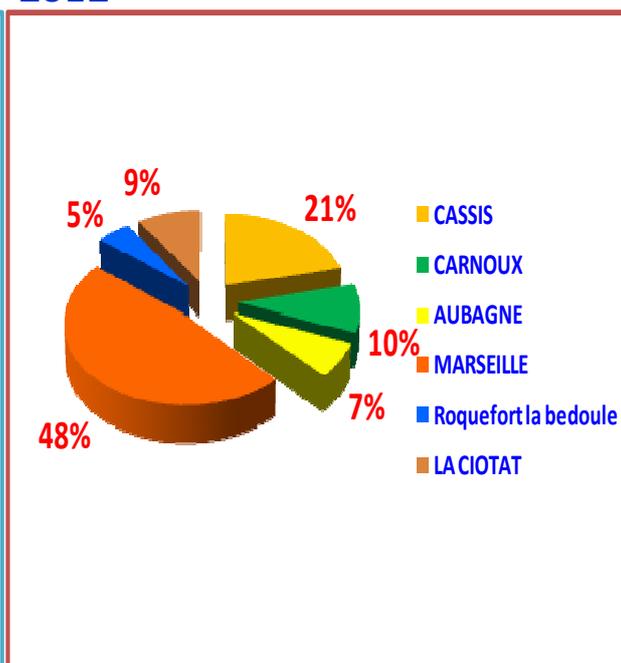
L'acquisition d'un programme avec la société **DIVALTO** devrait nous permettre d'affiner nos prestations.

2.2.6 Ratios territoriaux

2011

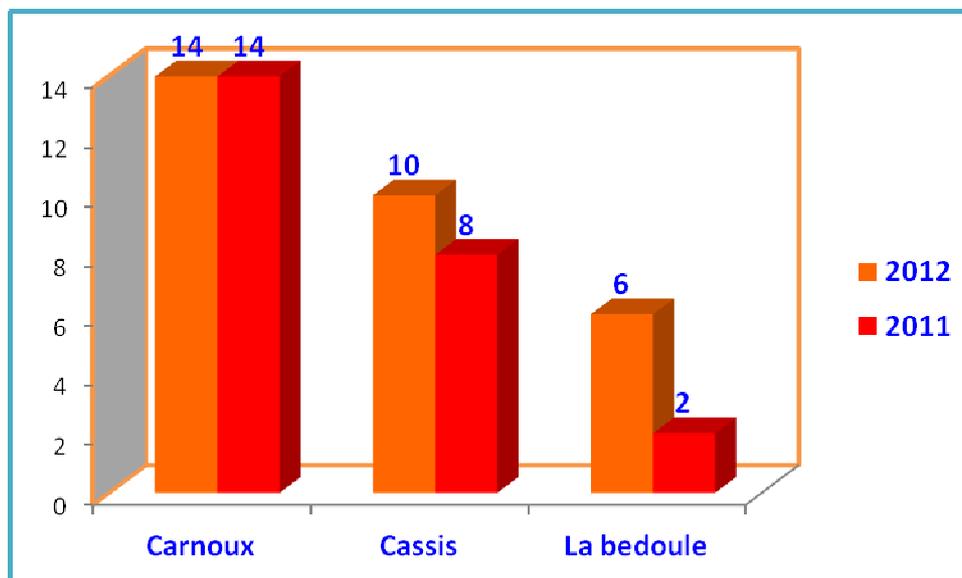


2012



Ces 2 graphiques mettent en avant les provenances territoriales. D'une manière globale, nous constatons une hausse de fréquentation pour chacune des communes représentées avec une forte progression du segment de Marseille. Toutefois, le poids est relatif car établi sur la fréquentation globale de 150 000 entrées.

2.2.7 Détail des scolaires



Sur les éléments ci-dessus, nous constatons une mobilisation éducative de l'ensemble des collectivités, plus ou moins prononcée selon les collectivités. Cette dernière correspond au choix des collectivités d'intégrer les cycles 3 ou non dans leur programme éducatif.

En effet conformément à la circulaire du ministère de l'éducation nationale préconisant une intégration dans les programmes d'apprentissage des classes de CM2, avec comme objectif : **le savoir nager sécuritaire.**

A noter l'absence du collège privé St Augustin de Carnoux, ayant préféré poursuivre à Gemenos.

3 L'ORGANISATION

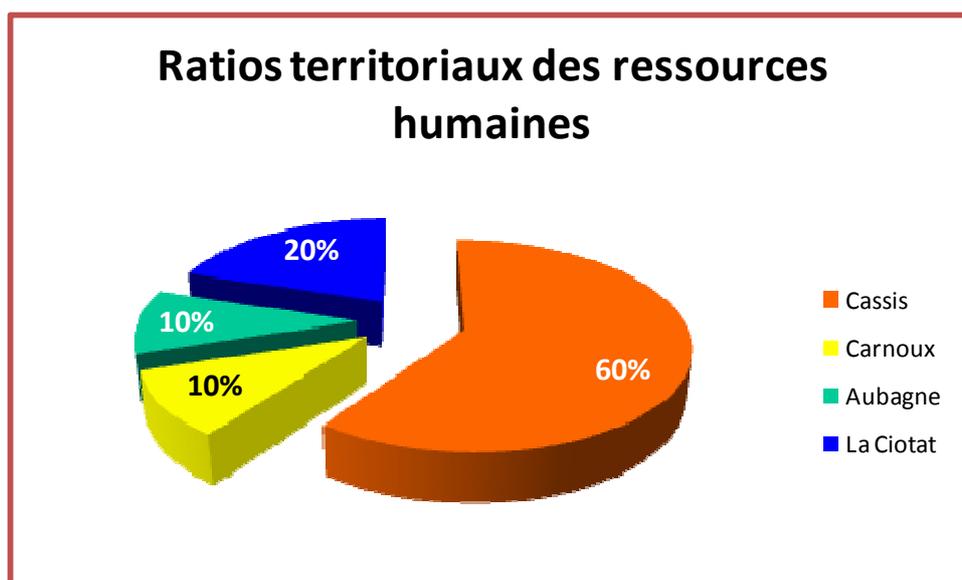
3.1 Le personnel :

1 Directeur
4 MNS à temps complet
2 Agents d'entretien à temps complet
2 Hôtesse d'accueil à temps complet
1 Gardien

La maintenance et le traitement de l'eau sont assurés contractuellement par un sous-traitant, la société SAUR

Les Maîtres Nageurs reçoivent une formation de recyclage chaque année en matière de secourisme aquatique et de réanimation conformément à la législation en vigueur.

Des simulations périodiques et inopinées sont réalisées 2 fois par an afin d'améliorer le comportement des Maîtres nageurs, leur réactivité face à une intervention de secours et de constater les éventuels points faibles du POSS (plan d'organisation des secours et de la surveillance) à améliorer pour une meilleure efficacité.



3.2 Aspect technique

3.2.1 Conduite des installations

Le groupe Carilis et la S2G, société d'exploitation du site se sont adjoint les services de la société SAUR, dans le souci d'apporter à l'ouvrage une sécurité dans le fonctionnement et la pérennité des installations techniques en lui sous-traitant la fourniture et la gestion des fluides (P1), l'exploitation et la maintenance préventive et curative (P2), ainsi que le renouvellement du matériel électromécanique et hydraulique (P3).

Voir contrat en annexe

3.2.2 Prestations de la SAUR

- ✚ La réalisation d'un audit des installations techniques durant la période de parfait achèvement
- ✚ L'élaboration de plans de prévention relatifs au stockage et à la manipulation des produits dangereux.
- ✚ La maintenance préventive, curative des installations à ses frais
- ✚ La fourniture d'un rapport annuel technique tel que défini au contrat de DSP
- ✚ La mise en place d'un programme de grosses réparations et de renouvellement des ouvrages et du matériel, ainsi qu'un calendrier prévisionnel de réalisation de ces travaux.
- ✚ Les analyses de l'eau et de l'air
- ✚ Prendre toutes mesures de précaution ou de gestion relative aux installations techniques selon les prescriptions des installateurs et constructeurs.

Les contrôles réglementaires annuels :

- ✚ Contrôle électriques
- ✚ Contrôle thermique
- ✚ Contrôle SSI (surveillance et sécurité incendie)
- ✚ Contrôle sanitaire (analyses de l'eau, de l'air, légionellose)

3.2.3 Travaux réalisés

Voir rapport d'activité technique en pièce jointe (RAD piscine Cassis 2012)

3.2.4 Fermetures techniques

La réglementation en vigueur prévoit 2 fermetures obligatoires pour vidanges sanitaires par an. Dans la mesure du possible, nous essayons de limiter leurs durées à une semaine. Ces fermetures permettent de contrôler l'ensemble de l'installation, et d'entreprendre les travaux nécessaires.

1° vidange réalisée : Du 28/06/2012 au 4/07/2012

2° vidange réalisée : Du 17/12/2012 au 23/12/2012

3.3 Synthèse pédagogique

Mise en place d'un projet pédagogique en collaboration avec la circonscription pédagogique de la Ciotat, dans le respect de la loi d'orientation de 1989 et des programmes scolaires à l'école primaire.

Objectif :

Dans les années à venir, notre volonté sera de s'orienter vers un projet permettant des passerelles entre les autres disciplines enseignées comme le langage, l'écriture et les mathématiques, avec la création d'un carnet du nageur en étroite collaboration avec l'équipe pédagogique et la circonscription de la Ciotat.

Bilan pédagogique synthétique

Collaboration enseignants/MNS	Satisfaisante
Planification	Satisfaisante
Transport	Satisfaisant

Points à améliorer

- ◆ Prévoir une évaluation spécifique pour les maternelles
- ◆ Créneaux pour le collège

3.4 Animation

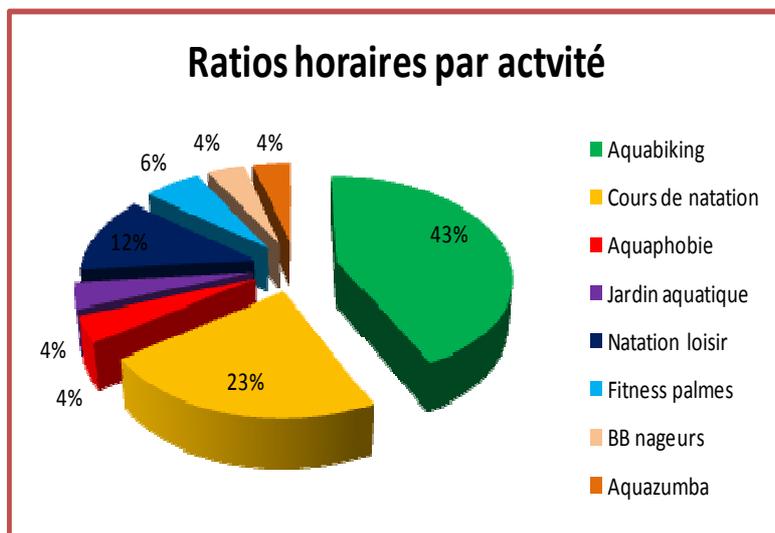
3.4.1 Planning des activités

	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45	15 30 45
LUNDI			ENT CARNOUX	AQUAGYM					ENT CARNOUX	AQUABIKING	AQUAGYM	AQUABIKING	FITNESS PALMES
MARDI				AQUABIKING	AQUAGYM					AQUABIKING	AQUAGYM	AQUABIKING	PERF ADULTE
MERCREDI		JA5/6 a	JA 6/8	AQUABIKING	AQUAGYM		CC1 CC2 CC3 CC4		NAT L N1				
JEUDI		PAOLI		AQUABIKING	AQUAGYM					AQUABIKING	AQUAGYM	AQUABIKING	AQUABIKING
VENREDI				AQUABIKING	AQUAGYM				ENT CARNOUX	CENFT			
SAMEDI	BB NAGEURS	JA 4/5 ans		CC1 CC2		AQUABIKING	NAT L N2	NAT L N1		AQUABIKING	AQUAGYM	AQUABIKING	FITNESS PALMES
DIMANCHE		AQUABIKING				AQUABIKING							

- Activités aquatiques enfant
- Activités aquatiques adulte
- Activités de remise en forme aquatique
- ENTRAIDE DE CARNOUX
- INSTITUT PAOLI CALMETTE

Période de petites vacances scolaires

Segments	Volumes
Aquagym	9,00
Aquabiking	10,50
Cours de natation	5,50
Aquaphobie	1,00
Jardin aquatique	1,00
Natation loisir	3,00
Fitness palmes	1,50
BB nageurs	1,00
Aquazumba	1,00
TOTAL	33,50



Les activités représentent un enjeu important, auquel nous devons répondre par une approche systémique mettant en relation le personnel d’animation, l’accueil et la politique commerciale.

Il est également primordial de réguler l’ensemble des activités par une organisation interne très flexible.

3.5 Promotion et communication

3.5.1 COMMUNICATION

◆ Publicité

Positionnement : Période de vacance scolaire, rentrée scolaires, projet évènementiel

- Presse Quotidienne locale
Edition d'Aubagne et de Marseille
Mode de diffusion (articles sous forme de publi-rédactionnel, bannière en première page)
Cible : La population âgée de plus de 30 ans
- PLV : Publicité sur le lieu de vente
25 000 Flyers
- Internet : mise ne place d'un site Internet dédié au Stade Nautique Cap Provence
www.carilis.fr
- Affichage sur le lieu de vente, les opérateurs de tourisme et commerçants locaux
- Publipostage

Tous ces supports sont complémentaires et nous permettent de créer de la notoriété et du trafic

3.5.2 Promotion

- **Création de projets évènementiels calendaires** à Noël, Halloween, et vacances scolaires.
- *Objectifs* : Créer de la notoriété et du trafic
- *Cible* : public familial

◆ **Offres promotionnelles**

- *Offre de prestations complémentaires et de découverte*
- *Essais gratuits de nos prestations (aquagym...)*

Objectifs : relancer les ventes d'abonnements

Sensibiliser la clientèle sur nos prestations

Faire découvrir

Créer une dynamique motivationnelle sur la clientèle

Réduire et lever les freins socioculturels

4 RAPPORT FINANCIER

1. Compte d'exploitation année 2012 : S2G PISCINE DES GORGUETTES			
Libellé Unité	ANNEE 2011 Réalisé en € HT	ANNEE 2012 Réalisé en € HT	écart %
PRODUITS			
Entrées publiques	<u>284 103,24</u>	381 835,49	34,40
Entrées activités/cours	<u>170 214,01</u>	179 315,97	5,35
Entrées groupes/CE/CLSH	<u>20 623,68</u>	18 065,59	-12,40
Entrées scolaires	<u>6 807,71</u>	20 340,30	198,78
Entrées associations	<u>3 156,35</u>	3 511,70	11,26
Cafétéria/boutique	<u>13 358,70</u>	35 958,12	169,17
Distributeurs	<u>0,00</u>	-	0,00
Evènementiel	<u>0,00</u>	-	0,00
Recettes salons soins	<u>4 872,05</u>	87,78	-98,20
TOTAL DES PRODUITS HT	503 135,74	639 114,95	27,03
CHARGES			
Personnel (salaires & charges)	<u>252 338,57</u>	262 182,01	3,90
Fluides	<u>179 607,00</u>	179 607,00	0,00
Entretien-maintenance	<u>90 916,69</u>	94 000,03	3,39
Promotion-communication	<u>23 259,81</u>	15 352,05	-34,00
Frais de compta & frais administratifs	<u>5 500,00</u>	5 500,00	0,00
Fournitures petit équipement	<u>5 745,38</u>	3 998,97	-30,40
Fournitures cafétéria/boutique	<u>10 429,32</u>	15 726,16	0,00
Assurances	<u>22 893,52</u>	23 406,46	2,24
Impôts et taxes	<u>10 401,68</u>	11 034,44	6,08
Rémunération du fermier	<u>52 000,00</u>	52 052,08	0,10
Gestion société dédiée et assistance	<u>3 622,01</u>	4 965,20	37,08
Frais financiers	<u>3 054,02</u>	4 607,28	50,86
Dotations aux amortissements	<u>20 153,93</u>	20 090,92	-0,31
Autre dépenses de fonctionnement	<u>13 198,99</u>	11 868,52	-10,08
Téléph. fax, poste, internet	4 060,46	3 855,05	-5,06
Fournitures administratives	3 270,93	2 163,25	-33,86
Indemnités de déplacements	2 342,70	1 229,58	-47,51
Format. vêtements,médecine travail	3 524,90	3 819,79	8,37
Sécurité	0,00	800,85	0,00
Redevance d'occupation	<u>22 178,00</u>	25 578,00	15,33
TOTAL DES CHARGES HT	715 298,92	729 969,12	2,05
Résultat d'exploitation HT	<u>-212 163,18</u>	-90 854,17	
Produits divers Gestion courante		199,51	
Transfert avantages	<u>2 032,00</u>	3 048,00	
Compensation p/ Contraintes HT	<u>404 666,68</u>	384 666,66	
Impôts sur les sociétés	-65 000,00	- 99 300,00	
Résultat net après impôts	129 535,50	197 760,00	52,67

S2G AU 31 DECEMBRE 2012

**Synthèse d'exploitation de la piscine des Gorguettes
Précisions financières sur l'exploitation
Année civile 2012**

1° Analyse des dépenses et recettes.

Pour cette deuxième année civile d'activité (janvier 2012 à décembre 2012), les recettes commerciales réalisées hors compensation sont de l'ordre de 639 115 € pour une année 2011 de 503 136 €, un peu plus de 27 % d'amélioration.

Mis à part les entrées groupes et les recettes soins qui diminuent de 7 342 €, tous les autres postes sont en large augmentation à savoir :

Entrées publiques : + 97 732€ (+34.40 %)
Activités : + 9 102€ (+5.35%)
Scolaires : + 13 533€
Cafétéria/boutique : + 22 599€.

Le total des charges s'élève, quant à lui, à 729 969 € (+2.05%) par rapport à l'année précédente. Nous notons une bonne maîtrise avec seulement 14 670 € de charges supplémentaires.

Le résultat d'exploitation négatif diminue de près de 121 309 € (-57 %), le résultat net après impôts et compensations pour contraintes de service public est bénéficiaire de 197 760 € (+ 52.67 %).

2° Compte de résultat

Nous vous joignons le compte de résultat de l'année civile 2012 en comparaison avec l'année 2011 et le delta en pourcentage sur tous les postes charges et produits.

3° Redevance d'occupation.

Part fixe : = 9 600 €
Part variable : 639 115 € x 2,5 % = 15 978 €

La redevance pour occupation du domaine public s'élève à 25 578 € pour l'année 2012.

5° Intéressement Communauté Urbaine.

Conformément à l'article 36.4 du contrat, l'intéressement de 50 % qui serait dû à la Communauté Urbaine sur le bénéfice net de l'année 2012 s'élève à 98 880 €.

5 CONCLUSION

D'une manière globale, les résultats qualitatifs et quantitatifs sont satisfaisants.

La situation financière est en bonne santé malgré une situation déficitaire

Afin d'être plus performant, nous poursuivons notre dynamique d'amélioration fonctionnelle afin d'offrir aux usagers le service le plus adapté.

5.1 Aspects contractuels

Redevance fixe et variable (voir compte d'exploitation ci-dessus)

5.2 PERSPECTIVES POUR 2013

