GUIDE COOPÉRATIF

JUIN 2012

Coopérative **Hôtel du Nord**

1. D'où vient Hôtel du Nord ? 2
2. Quel est son but ? 2
3. A qui appartient Hôtel du Nord ? 2
4. A qui Hôtel du Nord rend-t-elle service ? 3
5. Hôtel du Nord fait-elle de la promotion ? 3
6. Hôtel du Nord propose-t-elle des échanges de savoirs ? 4
7. Hôtel du Nord peut-elle vendre des offres d'hospitalité ? 4
8. Hôtel du Nord est-elle une centrale de réservation ? 5
9. Hôtel du Nord propose-t-elle une billetterie en ligne pour les balades ? 5
10. Hôtel du Nord propose-t-elle un répertoire de balades ? 5
11. Hôtel du Nord peut-elle vendre les offres d'hospitalité des non sociétaires ? 5
12. Hôtel du Nord vend-t-elle des productions locales ? 5
13. Hôtel du Nord a-t-elle des actions de formation ? 6
14. Hôtel du Nord a-t-elle des permanents ? 6
15. Hôtel du Nord a-t-elle trouvé un modèle économique ? 7
16. Hôtel du Nord a-t-elle plusieurs scénarios stratégiques possibles ? 8
17. Budget prévisionnel Ressources 2012/2013 9
18. Budget prévisionnel Dépenses 2012/2013 10

Coopérative HÔTEL DU NORD
Maison du citoyen - CRISA -11 Bd Jean Labro 13016 Marseille FRANCE
SIREN : 52973155600013 N° Greff : 529 731 556 R.C.S. MARSEILLE
contact@hoteldunord.coop / http://www.hoteldunord.coop

1. D'où vient Hôtel du Nord ?

Hôtel du Nord est née en 2010 d'une décision de la Commission Patrimoine des 15 et 16iéme arrondissement de Marseille qui réunit sous la présidence de l'élue à la culture des *communautés patrimoniales*, des acteurs culturels et des comités d'intérêt de quartier (CIQ).

Les *communautés patrimoniales* sont des groupes de personnes qui souhaitent ensemble maintenir et transmettre aux générations futures des patrimoines naturels et culturels (voir Convention de Faro)[1].

La Commission Patrimoine a été créée suite à la signature symbolique de la Convention de Faro par la Sénatrice Maire Samia Ghali en septembre 2009 dans la continuité de la mission européenne de patrimoine intégré menée depuis 1995 par Christine Breton.

En 2010, la Commission Patrimoine et Marseille-Provence 2013 ont confié à la coopérative Place[2] la mission de faire émerger une offre d'hospitalité et de découverte des patrimoines dans les 15 et 16iéme arrondissement de Marseille : Hôtel du Nord.

Fin 2010, Hôtel du Nord s'est structurée en coopérative. Les 7 premiers sociétaires sont issus de la commission patrimoine et actifs au sein d'une communauté patrimoniale.

Hôtel du Nord est devenue membre de la Commission Patrimoine.

2. Quel est son but ?

La coopérative Hôtel du Nord a comme objet social de fournir à ses sociétaires des moyens afin de valoriser le potentiel du patrimoine culturel et naturel présent dans le 15 et 16iéme arrondissements de Marseille en tant que facteur de développement durable[3].

3. A qui appartient Hôtel du Nord ?

En sa qualité de coopérative, Hôtel du Nord est une propriété collective dirigée démocratiquement par ses sociétaires. Ce sont ses sociétaires qui établissent la politique à mettre en œuvre et veillent à sa mise en œuvre.

Les sociétaires, propriétaires chacun de parts sociales de la coopérative, ont tous les mêmes droits en vertu de la règle « un membre, une voix ».

Dans la coopérative Hôtel du Nord, les habitants des quartiers nord de Marseille sont statutairement majoritaires[4]. L'amélioration de leurs conditions de vie est ainsi une priorité d'Hôtel du Nord.

---

[1] Convention de Faro, Article 2– Définitions : Une **communauté patrimoniale** se compose de personnes qui attachent de la valeur à des aspects spécifiques du patrimoine culturel qu'elles souhaitent, dans le cadre de l'action publique, maintenir et transmettre aux générations futures.

[2] Place, SCOP de conseil, formation et recherche en stratégie de développement durable coopératif située à Marseille.

[3] Statut coopérative Hôtel du Nord, Article 3 - Objet social La société a pour objet : De fournir à ses sociétaires des moyens afin de valoriser le potentiel du patrimoine culturel et naturel présent dans le 15 et 16iéme arrondissement de Marseille en tant que facteur de développement durable et notamment : Utiliser tous les aspects patrimoniaux de l'environnement culturel et naturel pour enrichir les processus du développement économique, politique, social et culturel, et l'aménagement du territoire ; Contribuer à ce que la conservation du patrimoine culturel et naturel et son utilisation durable ont comme but le développement humain et la qualité de la vie; Définir et promouvoir des principes de valorisation durable du patrimoine et encourager son entretien; Accroître l'information sur le potentiel économique du patrimoine culturel et naturel et inciter à l'utiliser ; Veiller à ce que ces valorisations respectent l'intégrité du patrimoine culturel sans compromettre ses valeurs intrinsèques ; Réduire, au bénéfice de ses sociétaires et par l'effort commun de ceux-ci, les couts de valorisation du patrimoine ; Promouvoir la qualité des actions de valorisation du patrimoine culturel et naturel, notamment via par gestion de la marque « Hôtel du Nord » ;
Et plus généralement de contribuer à la satisfaction des besoins et à la promotion des activités économiques et sociales de ses sociétaires ainsi qu'à leur formation. Ainsi que toutes activités annexes et connexes liées à l'objet social

Les sociétaires élisent parmi eux des représentants qui tout au long de l'année veillent à la bonne mise en œuvre de leurs choix politiques. Ces représentants sont réunis au sein d'un *Conseil de surveillance*[5].

Un gérant est élu par l'assemblée générale des sociétaires. Pour les décisions importantes, la gérance doit obtenir l'aval des sociétaires[6].

4. A qui Hôtel du Nord rend-t-elle service ?

Hôtel du Nord est une société coopérative au service de ses sociétaires.

Contrairement à une société classique, dans une coopérative *la notion de service remplace la notion de profit*[7] : la rémunération du capital souscrit est limitée et les excédents sont affectés à l'amélioration des services rendus, au développement de nouveaux services, à la consolidation financières de la coopérative et à des ristournes aux sociétaires.

Dans le but de développer et renforcer l'offre d'hospitalité dans les quartiers nord de Marseille, les sociétaires mutualisent au sein d'Hôtel du Nord plusieurs services.

La coopérative à des usagers (sociétaires hôtes) et des clients (visiteurs).

5. Hôtel du Nord fait-elle de la promotion ?

Oui.

La *Promotion* des activités d'hospitalité via un site internet mutualisé et un marque commune.

- **hoteldunord.coop :** Le site internet mutualisé est **hoteldunord.coop**. La moitié des Français qui voyagent font leurs préparatifs sur le Net. Le site est un outil de promotion et de vente de services proposés par les hôtes d'Hôtel du Nord. Le e-tourisme est le 1er poste du e-commerce[8].
- **Hôtel du Nord ®** : La marque (un nom et un symbole visuel) est un signe distinctif qui permet de différencier les produits et les services d'autres offres concurrentes[9]. La marque commune **Hôtel du Nord ®** est déposée auprès de l'INPI. Son graphisme a été réalisé par Civic City. Elle se décline selon les

---

[4] Statuts coopérative Hôtel du Nord, article 6 - Adhésion 6.1 Sociétaire résident : Toute personne physique résidente dans le 15 et 16iéme arrondissement de Marseille et ayant contribuée au cours de l'année précédente à une action ayant obtenu la marque « Hôtel du Nord » peut demander à adhérer à la présente Société par écrit au gérant de la société. Ces sociétaires sont dits «sociétaires résidents». 6.2 Sociétaire contributeur : La société pourra admettre comme sociétaires des personnes physiques ou morales qui entendent contribuer à la réalisation des objectifs de la coopérative, ces sociétaires sont dits «sociétaire contributeur». 6.3 Conformément à l'article 2 de la Loi du 7 mai 1917 tout client habituel de la société pourra à la demande de la gérance devenir sociétaire résident ou sociétaire contributeur à la condition de respecter les obligations statutaires et notamment celle visées à l'article 6.1 et 6.2.

[5] Inspiré du modèle social allemand, le *Conseil de surveillance* est l'émanation directe des sociétaires. Il surveille et oriente la gestion mais il ne l'exerce et ne l'élabore pas.

[6] Acte de nomination du gérant : dans ses rapports avec les associés, le gérant a tous pouvoirs pour engager la société, à l'exception des actes suivantes qui nécessitent une décision collective des associés conformément aux statuts (article 17) : Engagements financiers ou engagements ayant des conséquences financières dont le montant est supérieur à 5.000 euros ; Embauche de personnel et fixation de leur rémunération ; Prise de participation dans d'autres sociétés.

[7] Slogan affiché par les 15 entreprises marseillaises du Marentreq Cette expérience sociale inédite et unique est née du programme du Conseil National de la Résistance qui préconisait l'instauration d'une « véritable démocratie économique et sociale ». 15 entreprises de Marseille ont été réquisitionnées de 1944 à 1948 et 15.000 ouvriers ont ainsi accédé et participé à la gestion de leur entreprise. Voir le documentaire « *Les réquisitions de Marseille (mesure provisoire)* » CNRS Images Média & France 3 Méditerranée 2004 ou l'ouvrage « *La Libération et les entreprises sous gestion ouvrière. Marseille 1944-1948* », L'Harmattan, 1994.

[8] Chiffres 2012 publiés par la Fevad et Médiamétrie/NetRating

[9] Ce n'est pas un label dont l'objet est la garantie qu'un produit / service possède certaines caractéristiques, définies dans un référentiel dont le respect est assuré par un organisme.

activités (accueilli, écrit, découvert) et celons différents supports de communication (tampons, cartes de visite, flyers).

L'offre de promotion d'Hôtel du Nord est ouverte aux non sociétaires.

La promotion est financée par un forfait annuel versé par les hôtes. Le montant du forfait est décidé chaque année en assemblée générale de la coopérative.

Décision AG 2012	Service	Droit d'entrée	Redevance TTC / an	Redevance sociétaire TTC / an
Chambre	Usage Marque et site internet	0€	40€	30€
Balade	Usage Marque et site internet	0€	25€	20€

A titre informatif, voici les tarifs pratiqués par d'autres réseaux.

Nom label	Service	Tarif annuel	Droit d'entrée
Gite de France	Label classé par épis Présence sur le guide et le site internet.	100 € (1 chambre) 150 € (2 chambres)	pré visite : 50 €. droit d'entrée : 350 €.
Maison d'hôte de caractère	Présence sur le guide et le site internet.	145 € (1 à 2 chambres)	60 € de frais de dossier d'inscription.
Clévacances	Présence sur le site internet. Label classé par Clé	150 € (1 logement)	150€ de droit d'entrée

6. Hôtel du Nord propose-t-elle des échanges de savoirs ?

Oui.

L'échange des savoirs se fait avec une **école des hôtes** qui programme des sessions régulières de découverte des patrimoines, de partage d'expériences et de formation avec des experts externes.

La participation à l'école des hôtes est gratuite.

Pour les années 2011 et 2012, l'école des hôtes est financée par Marseille-Provence 2013 (mise en place, structuration, gestion).

A partir de 2013, l'économie école des hôtes repose sur des échanges non monétaires réalisés par les hôtes et les partenaires d'Hôtel du Nord comme Bouches-du-Rhône Tourisme (mise à disposition de personnel).

A titre informatif, voici les tarifs d'autres réseaux pour des services relativement comparables.

Organisme	Proposition	Tarif
Gite de France	Formation initiale (2 à 4 jours)	250 €
Accueillir magazine	Formation pour créateurs (2 jours)	235 €
Mamaisondhotes.com	Formation DIF (3 jours)	1.495 €

7. Hôtel du Nord peut-elle vendre des offres d'hospitalité ?

Oui.

La vente de prestations touristiques est en France encadrée et oblige ceux qui vendent des prestations touristiques comme la réservation de chambres ou la vente de visites guidées à avoir un agrément Atout France conditionné par une caution, une assurance et du personnel qualifié[10].

Cette Loi n'*est pas applicable aux personnes physiques ou morales qui effectuent ces opérations pour des services dont elles sont elles-mêmes producteurs*.

Le Ministère de l'économie a confirmé à notre demande que vu le statut coopératif d'Hôtel du Nord - *on vend ce que l'on produit et l'on produit ce que l'on vend* -, Hôtel du Nord n'a pas besoin d'être immatriculée au registre des opérateurs de la vente de voyages et séjours d'Atout France pour vendre les prestations dont ses membres sont producteurs.

[10] Loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009, Art.L. 211-1.-I. et Art.L. 211-3.

Cette confirmation permet la mise en place d'une centrale de réservation (vente de nuitées) et d'une billetterie en ligne (vente de balades patrimoniales).

8. Hôtel du Nord est-elle une centrale de réservation ?

Oui.

La centrale de réservation permet la vente en ligne des offres d'hospitalité en chambres et séjours (en cours d'élaboration).

Service	Frais Hôtel du Nord	Commission
Centrale de réservation	TVA 7% / marge Commission terminale CB (3%) Service réservation (abonnement)	15%

Tarifs pratiqués par d'autres réseaux de réservation en ligne

Centrale	Commission	Commission
Booking.com	Premier portail international de réservation hôtellerie en ligne	17%
Chambres paris	Portail de réservation en ligne de chambres d'hôtes sur Paris	15%

9. Hôtel du Nord propose-t-elle une billetterie en ligne pour les balades ?

Oui.

La billetterie en ligne permet la programmation des balades patrimoniales et leur réservation et vente en ligne.

Service	Frais Hôtel du Nord	Commission
Billetterie 6 euros	Rémunération intervenant 120 euros TVA 7% sur la marge Commission terminale CB (3,4% + €0,25)	Marge au delà de 25 participants

10. Hôtel du Nord propose-t-elle un répertoire de balades ?

Oui.

Les clients sont soit des acteurs culturels, des entreprises ou des organismes de séjour comme Horizons en Partage. Hôtel du Nord peut proposer des services annexes à ces balades comme le transport ou le traiteur.

Service	Conditions tarifaires	Conditions Générales	Commission
Vente balade groupe	200 euros balade auteur 120 euros balade sensible	30 à 50 personnes maximum	33%
Transport Groupe	15 euros / personne / AR	Groupe 6 à 8 personnes / minibus	20%

11. Hôtel du Nord peut-elle vendre les offres d'hospitalité des non sociétaires ?

Non.

Pour être autorisée à le faire, Hôtel du Nord devrait obtenir l'agrément Agence de voyages auprès de Atout France.

12. Hôtel du Nord vend-t-elle des productions locales ?

Oui.

Hôtel du Nord est *diffuseur* de productions locales qu'elle achète en quantité (par trentaine pour les ouvrages) et mets en dépôt vente dans les lieux d'hospitalité (chambres, points relais, balades, entreprises, etc).

Hôtel du Nord en tant que diffuseur acquière les produits avec une remise de l'ordre de 30 à 40%.

Ces productions sont estampillées Hôtel du Nord (logique de produits dérivées) : savon Hôtel du Nord, récits d'hospitalité d'Hôtel du Nord, cartes postales Hôtel du Nord.

Produit	Prix de vente TTC	Marge Hôtel du Nord
Ouvrages	Entre 10 et 35 euros	40%
Carte postale (lot de 5)	3 euro	50%
Savon Hôtel du Nord	Entre 2 et 4 euros	40%

13. Hôtel du Nord a-t-elle des actions de formation ?

Oui.

Hôtel du Nord vend les savoir-faire de ses sociétaires via des missions d'essaimage ou bien dans le cadre de programme de formation.

L'essaimage permet de mettre en réseau Hôtel du Nord avec d'autres réalités pour échanges de savoir et promotion, de générer des revenus pour les sociétaires via le transfert de leurs savoir faire et de financer les frais généraux d'Hôtel du Nord.

Le budget des offres de formation est établit celons la répartition budgétaire suivante :

- 20 % pour les frais généraux de Hôtel du Nord ;
- 40% pour la coordination et l'approche intégrée ;
- 40% pour les intervenants (sociétaires et partenaires Hôtel du Nord).

Les formations sont positionnées dans une logique d'échange de savoirs (réciprocité).

Offre de formation 2012	Nombre = Client	Tarif / an	Marge HdN / an (20%)
Formation de guides habitants	1 = Culture Pilots	9 000 euros	2 000 euros
Formation d'élus et techniciens	1 = CUCS Vitrolles	4 000 euros	800 euros
Formation d'autres communautés patrimoniales;	1 = Programme Gruntwig	12.500 euros	2 500 euros
Formations spécifiques	1 = Mairie (animateur)	2.000 euros	400 euros
TOTAL			**5 700 euros**

14. Hôtel du Nord a-t-elle des permanents ?

Oui.

Au côté des sociétaires, Hôtel du Nord a deux permanents : une animatrice réseau en charge de développer et animer l'offre d'hospitalité de la coopérative et un chargé d'innovation et coordination en charge d'accompagner la mise en place d'Hôtel du Nord[11].

L'animatrice réseau est présente au quotidien sur les 15 /16 et collabore avec les groupes sociétaires, les hôtes et les partenaires locaux d'Hôtel du Nord au développement, à la promotion et à la gestion des offres d'hospitalité (chambres, balades, produits, séjours).

Le chargé de coordination et innovation élabore avec les sociétaires le modèle coopératif d'Hôtel du Nord (cadres juridiques, stratégie, innovations, etc), accompagne la phase de développement d'Hôtel du Nord 2010/2013 (recherche et suivi des financements, mise en place de partenariats) et inscrit Hôtel du Nord dans un réseau euro-méditerranéen (lien Conseil de l'Europe, communautés patrimoniales euro-méditerranéennes).

[11] Animateur Réseau : mission de coordonner, suivre, développer l'offre de la coopérative en matière de revalorisation du patrimoine sous la responsabilité du gérant de la Coopérative hôtel du Nord et en applications des décisions des sociétaires.
Chargé de coordination, innovation et vie coopérative : conception et développement de nouvelles activités, mise en place de partenariats et suivi, organisation de la vie coopérative et animation du site internet.

15. Hôtel du Nord a-t-elle trouvé un modèle économique ?

Non.

Hôtel du Nord n'a pas de modèle économique pré défini. Elle se situe entre l'office du tourisme et l'agence de voyage.

Contrairement à l'office du tourisme, elle est limitée en terme de subventions publiques (la coopérative est une entreprise privée) et n'a pas vocation à faire la promotion de toutes les offres touristiques (service public).

Contrairement à l'Agence de voyage, elle ne vend que les productions de ces sociétaires dans leur intérêt (les agences de voyages négocient des tarifs préférentiels pour marger sur leurs ventes de séjours).

Pour son lancement Hôtel du Nord bénéficie de l'investissement bénévole de ses sociétaires, du soutien de la Mairie de secteur, de l'appui gratuit de professionnels comme Bouches du Rhône Tourisme et l'école internationale de design Civic City et de financements des collectivités locales, de fondations et de Marseille-Provence 2013.

Hôtel du Nord invente son modèle économique, teste son marché et construit son positionnement économique en continu. La contrainte est que Hôtel du Nord trouve ses propres sources de financements sans le faire au détriment des hôtes.

L'investissement non monétaire des sociétaires est essentiel pour l'équilibre économique de la coopérative. Le non monétaire représente potentiellement 50% des ressources de la coopérative. Une partie des ressources d'Hôtel du Nord non monétaires est apportée par ses partenaires.

Partenaire	Apport	Valeur estimée / an
Ouvrages Mairie de secteur	Mise à disposition du bureau et salle de réunion	4 800 euros
Bouches-du-Rhône tourisme (Tema)	Conseil et formation.	4.000 euros
Sociétaires	Groupe sociétaires	(1 ETP) 32.000 euros
TOTAL		**40 800 euros**

Synthèse des ressources potentielles

Activités	Financement	Contribution
MONÉTAIRES		**50%**
Promotion (site internet et marque)	Forfait annuel (décidé en AG)	10%
Centrale réservation	Commission (15%)	25%
Vente balade groupe	Commission (20%)	15%
Programmation balade	Marge sur vente (+ 25 participants)	10%
Vente productions locales	Dépôt vente (marge 30/40%)	35%
Formation	Frais administratif (20%)	15%
NON MONÉTAIRES		**50%**
École des hôtes	Échanges non monétaires	20%
Bureau, salle réunion	Mise à disposition (Mairie)	10%
Conseil, formation	Mise à disposition (CDT13)	10%
Communication, gestion, conseil	Bénévolat (sociétaires)	60%

Un scénario 2014 permet de faire des premières projections :

	2012			2014			
	Nombre	Marge %	Marge €	Nombre	Marge €	+	
PROMOTION	25	100%	610€	55	2 132€	249%	6%
DÉPÔT VENTE	1350	40%	2 370€	6750	11 852€	400%	**35%**
NUITÉES	720	15%	2 388€	5760	8 816€	269%	**26%**
BALADE GROUPE	10	33%	502€	30	4 710€	839%	14%
BALADE AGENDA	10	33%	523€	30	2 625€	402%	8%
FORMATION	4	20%	4 800€	4	4 800€	0%	15%
TOTAL MONETAIRE			**11 O93€**		**33 585€**	**212%**	
NON MONETAIRE			40 800€		40 800€		
TOTAL			**52 000€**		**75 800€**		

16. Hôtel du Nord a-t-elle plusieurs scénarios stratégiques possibles ?

Oui.

L'estimation des diverses sources de financement permet d'avancer sur le modèle économique d'Hôtel du Nord. Actuellement, les estimations ne permettent pas de couvrir un fonctionnement avec une personne à temps plein (estimation niveau de charges à 50.000 euros par an).

Ce modèle pose des questions de fonds sur le positionnement d'Hôtel du Nord après 2013 : *doit elle être une structure légère largement portée par les sociétaires ? Doit elle devenir une structure para publique ? Doit elle se développer pour gagner en autonomie économique ? En élargissant sa gamme de services ? En élargissant son territoire de référence ?* Voici des scénarios possibles :

- **Hôtel du Nord, l'agence de voyage des 15/16**

Hôtel du Nord se donne les moyens d'être une agence de voyage pour être en capacité de vendre l'ensemble des offres de la simple nuitée au séjour touristique, qu'elles soient réalisées ou non par des sociétaires.

Cela demande de qualifier son personnel (formation qualifiante possible en 4 mois) et d'obtenir la garantie (possible via l'adhésion à une association de tourisme solidaire) et de contracter une assurance ad hoc.

Avantage : Hôtel du Nord acquière une plus grande autonomie économique et élargie sa gamme d'offres.

Risque : ce choix donne aux salariés de la coopérative un poids prépondérant qui peut orienter Hôtel du Nord vers un fonctionnement où les sociétaires perdent en participation.

- **Hôtel du Nord, un label solidaire**

Hôtel du Nord garde les activités centrales de promotion (portail internet), marquage (Hôtel du Nord®) et formation (école des hôtes) et développe des partenariats externes pour les autres actions (centrale de réservation, vente de séjours confiés à Bouches-du-Rhône Tourisme par exemple).

Avantage : La structure reste légère et son économie repose fortement sur l'implication des sociétaires, ce qui conforte la dimension démocratique du processus.

Risque : une activité qui évoluera au gré des compétences et de la disponibilité des sociétaires actifs.

- **Hôtel du Nord, l'office du Tourisme des 15/16**

Hôtel du Nord est reconnu en qualité d'office local du tourisme (OLT) et demande à être financé en droit commun (subvention de fonctionnement).

Pour être qualifié d'Office du Tourisme, il faut bénéficie du soutien de l'État, des collectivités territoriales ou de leurs groupements; se livrer ou apporter son concours aux opérations permettant de faciliter l'accueil ou les conditions de séjour des touristes ; intervenir dans une zone géographique définie dans ses statuts et agir dans l'intérêt général. Rien ne vient préciser la nature juridique de l'organisme. Une activité commerciale peut présenter un intérêt général s'il y a carence du secteur privé (jurisprudence).

Les OLT doivent avoir les mêmes garanties qu'une agence de voyage.

Avantage : Hôtel du Nord gagne en autonomie (possibilité de vendre des nuitées, des visites, des séjours) et peut obtenir un financement public et une visibilité institutionnelle et professionnelle (type CDT 93).

Risque : une forte dépendance vis à vis des collectivités locales et une concurrence avec l'OT de Marseille.

- **Hôtel du Nord de l'aire métropolitaine marseillaise**

La zone d'intervention d'Hôtel du Nord limite ses ressources (à titre d'exemple les centrales de réservation parisiennes ont à minima une centaine de chambres d'hôte).

Hôtel du Nord augmente le nombre d'usagers de ses services en élargissant son territoire d'intervention comme par exemple aux autres secteurs nord signataire de la Convention de Faro (2/3 puis 13/14).

Avantage : Hôtel du Nord augmente ces ressources liées à la promotion et la vente groupée en élargissant son territoire de référence.

Risque : une moindre intégration dans chaque territoire et des intérêts divergeants.

17. Budget prévisionnel Ressources 2012/2013

BUDGET PREVISIONNEL 2011-2014	2011	DEMANDE 2012	ACQUIS	2013
Produits prévisionnels		Prévisionnel	ACQUIS	Prévisionnel
Prestation promotion	**67€**	**950€**	**700€**	**1 500€**
chambres d'hôtes	67€	600€	600€	1 200€
Balades		100€	100€	300€
Produits		250€	0€	0€
Centrale réservation	**0€**	**4 500€**	**450€**	**22 500€**
Centrale réservation séjour		4 500€	450€	22 500€
Ventes	**103€**	**1 300€**	**1 000€**	**6 920€**
Vente directe d'ouvrages (40% de marge) - 50		500€	200€	3 000€
Ventes balades (10%)	103€	800€	800€	1 920€
Ventes balade billetterie				2 000€
Formation	**882€**	**41 000€**	**6 500€**	**18 500€**
Contrat urbain de cohésion sociale (politique de la ville)		12 000€	4 000€	0€
Essaimage Martigues		10 000€	0€	0€
Fédé Centres sociaux / Culture Pilots		9 000€	9 000€	0€
Formation animateurs		0€	0€	1 500€
Grundwig	882€	*10 000€*	0€	17 000€
Co production	**40 951€**	**53 351€**	**39 017€**	**35 084€**
Marseile-Provence 2013	30 951€	29 351€	29 017€	16 722€
MP 2013/GR 2013		0€	0€	8 361€
Fondation de France	10 000€	10 000€	10 000€	0€
Fondation Macif - REFUSÉ		12 000€	0€	0€
Euromed Conseil / Maghreb		2 000€	0€	5 000€
Forum Européen du patrimoine		0€	0€	5 000€
Subventions	**42 876€**	**52 392€**	**31 569€**	**48 892€**
Mairie de secteur	4 000€	4 000€	4 000€	4 000€
Région	16 667€	23 000€	19 178€	21 500€
CG 13	20 000€	*17 000€*	0€	15 000€
ZFU	2 209€	8 392€	8 392€	8 392€
Total produits	**84 879€**	**153 493€**	**79 236€**	**133 395€**
	1 770€	**6 602€**	**21 102€**	**795€**

18. Budget prévisionnel Dépenses 2012/2013

BUDGET PREVISIONNEL 2011-2014

Charges prévisionnelles	2011	DEMANDE 2012	ACQUIS	2013
Frais administration	**1 669€**	**7 620€**	**7 620€**	**7 620€**
Expert comptable		4 200€	4 200€	4 200€
Frais administratif	993	2 400€	2 400€	2 400€
Assurance	329	600€	600€	600€
Services bancaires	348	420€	420€	420€
Frais de fonctionnement	**4 601€**	**7 240€**	**7 240€**	**7 240€**
Documentation générale	271	400€	400€	400€
Téléphone, site internet	330	1 800€	1 800€	1 800€
Déplacements (RTM + sociétaires)	0	1 040€	1 040€	1 040€
Bureau siège social (loyer et charges)	4 000	4 000€	4 000€	4 000€
Frais d'activité	**8 793€**	**9 500€**	**8 920€**	**10 000€**
Telecom, internet	880	1 200€	1 200€	1 200€
Frais de mission, réception	4 031	1 800€	2 400€	1 800€
Production de contenu (cartes postales, guide)	233	300€	120€	1 800€
Hébergement, déplacements	2 914	4 200€	4 200€	4 200€
Communication / publicité	736	2 000€	1 000€	1 000€
Salariés	**15 448**	**65 953**	**65 953**	**69 251**
Chargé de coordination, innovation et coopérative	10 673	21 815€	21 815€	21 815€
Animatrice réseau		23 633€	23 633€	23 633€
Charges sociales patronales	4 554	20 105€	20 105€	20 105€
Taxes	221	400€	400€	400€
Prestataires	**46 550€**	**44 800€**	**5 505€**	**37 990€**
Chargée de coordination CUCS Vitrolles & Martigues	11 200	8 800€	600€	0€
Intervenant CUCS Vitrolles & Martigues		8 800€	1 800€	0€
Intervenant école des hôtes		250€	600€	0€
Intervenants Culture pilots		6 300€	6 300€	0€
Intervenants FO animateurs		0€	0€	1 200€
Intervenant Grundwig & déplacements		8 000€	0€	13 600€
Hôtes nuitées		4 050€	405€	20 250€
Intervenants balade		600€	600€	2 940€
Intervenants JEP élargie / GR 2013		0€		0€
Site internet / développement		1 000€	0€	0€
Euromed Conseil / développement économique	18 350	5 000€	1 000€	0€
SCOP Place / structuration	17 000	0€	0€	0€
Civic City / design		2 000€	500€	0€
Dotation aux amortissements	**335**	**2 000€**	**1 000€**	**500€**
Provisions pour risque	**5 713**	**7 056€**	**5 488€**	
Réserve coopérative		**2 722€**	**0€**	**0€**
Total des charges prévisionnelles	83 109€	146 891€	108 026€	132 601€