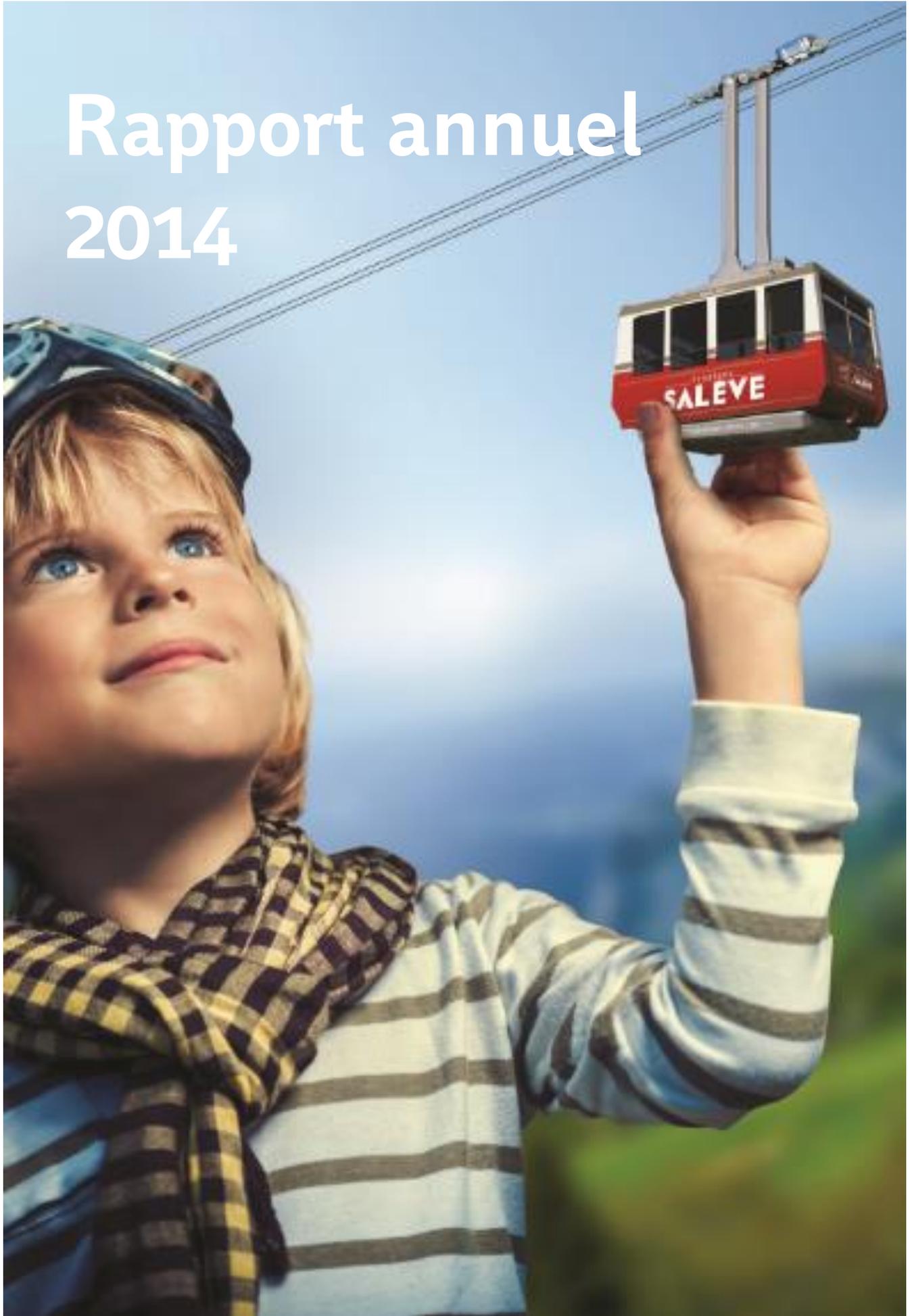


Rapport annuel 2014



Pour tous compléments d'information, Mrs Thierry Emelin et Patrick Roxo, se tiennent à votre disposition

INTRODUCTION

L'année 2014 est l'année de tous les superlatifs : meilleure hausse de fréquentation, meilleur démarrage de saison, meilleur développement des titres famille, première saison d'hiver etc...

Le téléphérique propose une nouvelle identité, adopte un nouveau positionnement et s'établit comme l'institution locale immanquable dans la région.

Le mois de juillet a été catastrophique pour les professionnels du tourisme. Le téléphérique enregistre -20 % de fréquentation par rapport à 2013. Tous les efforts ont-ils été mis à bas à cause d'une météo capricieuse !? le bel été indien et la multiplication des évènements ont permis de réaliser une année d'exception. Dans cette dynamique hors norme, STS a souhaité proposer une vraie saison d'hiver. Une première au téléphérique où cette ouverture était accompagnée d'un panorama d'animations tel que la location de raquette à neige.

Cet important développement s'est organisé en collaboration avec les acteurs locaux autour du Salève (maison du salève, syndicat mixte, restaurants, associations de randonneurs etc...) dans une dynamique de préservation et de respect de l'espace naturel.

1 - TABLEAU DE BORD GENERAL 3

2 - BILAN D'ACTIVITE

<i>Premier trimestre</i>	4
<i>Second trimestre</i>	9
<i>Troisième trimestre</i>	16
<i>Quatrième trimestre</i>	20

3 - STATISTIQUES

<i>3-1/ Évolution de la fréquentation</i>	24
<i>3-2/ Poids des titres sur la fréquentation</i>	24
<i>3-3/ Recettes et charges 2014</i>	25
<i>3-4/ Actifs du Bilan de la société du téléphérique du salève</i>	26
<i>3-5/ Passifs du Bilan de la société du téléphérique du salève</i>	28

1- TABLEAU DE BORD GÉNÉRAL - TE



FINANCE CUMUL

	Objectif	Résultat	Tendance
Df (K€ HT)	-693	-724	-31
Rf (K€ HT)	821	843	22

Commentaire(s) :
L'objectif correspond à notre budget 2014 et non au chiffre de la réponse à appel d'offre. Plus de détails dans la partie 3.1

FRÉQUENTATION CUMULÉE AVRIL-DÉCEMBRE

	Objectif*	Résultat	Tendance
Total	198 950*	200 087	↗

Commentaire(s) :

* Objectif contractuel révisé selon ouvertures réalisées en 2014 (5 avril à fin 12/2014 et selon jours de fermeture (incident d'exploitation) après avenants.

RÉCLAMATIONS 2014

	Objectif	Résultat	Tendance
Réclamation (nbre)	40	11	↘

SÉCURITÉ 2014

	Résultat	Cause
Aléa d'exploitation (nbre)	8	Voir détail trimestre

Les travaux titanesques du téléphérique

La mise en action du plan de marketing et de communication

L'Horizon

- Convention tripartites « Charges eau et énergie » approuvée par le GLCT et STS, en attente approbation par L'Horizon ;
- Convention tripartites « Ouverture supplémentaire à l'offre contractuelle » approuvée par le GLCT, STS et L'Horizon.

Investissements

- Travaux – 17 février - **Action de communication « GLCT-téléphérique du Salève » sur les travaux.** Travail de relance presse et de mise en valeur de l'aspect événementiel et rarissime des travaux. Très belle retombée presse.
- Reportages France 3 Alpes, le 4 03 2014, TV8 Mont-Blanc, le 19 02 2014



France 3 alpes

GENEVOIS (HAUTE-SAVOIE)

Téléphérique du salève : la grande rénovation



TV8 Mont-Blanc

- Décoration – **travaux d'aménagements des gares inférieure et supérieure**
- Simplification et amélioration de l'accès aux cabines grâce à la **suppression des tourniquets d'accès** après validation des services du SRMTG



avant



après

Marketing

- Mise en production** du plan de communication, marketing et technologique
- 1er janvier, **mise en place de la nouvelle tarification** incluant la TVA à 10 %.
- Communication sur la **nouvelle identité du téléphérique**, retour au vintage et à la riche histoire du téléphérique



Le retour au vintage du téléphérique du Salève

Marketing, commercial, partenariat et promotion

- Mise en production du plan marketing, commercial et nouveautés technologiques.

Pour la partie technologie, un grand travail de raccordement filaire (internet, audio et électrique) a été effectué. Mise à disposition gratuite par le GLCT pour STS, de 2 brins de fibre optique, améliorant le flux des d'informations entre les deux stations.

Informations en temps réel :

- Le smartphone de contrôle des billets **annonce dans les gares, en français et en anglais, les prochains départs** (12 min, 5 min, immédiat). L'information est relayée sur le site, sur l'application grand public et sur les écrans installés.

- Dans les deux gares, **des enceintes ont été installées**, ainsi **qu'un système audio de qualité dédié**.

- **Message de bienvenue dans les cabines**. Sous les conseils du cabinet Eric, et compte tenu des particularités électriques et techniques de la cabine, l'intégration des enceintes ainsi que l'automatisme de lancement des sons ont été confiés à la SEMER. Un message bref en anglais et français a été préparé. Il a pour vocation d'accueillir les visiteurs à chaque montée et/ou descente. L'idée d'un discours continu pendant les 4 minutes de voyage a été abandonnée, évitant une éventuelle lassitude et agacement des utilisateurs réguliers des services.



- **Des écrans géants en gare inférieure et supérieure** ont complété la rénovation des gares. directement reliés à internet, ils permettent la diffusion du compte à rebours jusqu'au prochain embarquement. Un programme dédié diffuse l'information météo, mais aussi la webcam.

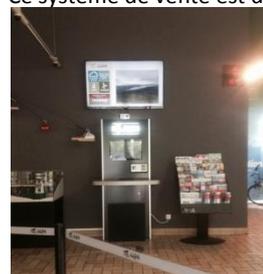
- **Une webcam Haute Définition** a été installée au dessus de l'arrivée des cabines, en station supérieure. Une image se rafraîchit toutes les minutes. Une diffusion live est possible, en risquant d'altérer la qualité. Test en programmation.



Billettique :

- Déploiement **technique du nouveau système de vente**. Celui intègre des écrans tactiles, une imprimante qui émettra les billets avec le **QR code**. Celui-ci pourra être validé par le smartphone dédié aux cabiniers (voir ci-dessus).

Ce système de vente est dupliqué pour une utilisation à la maison (vente à distance) et délocalisé sur les bornes individuelles.

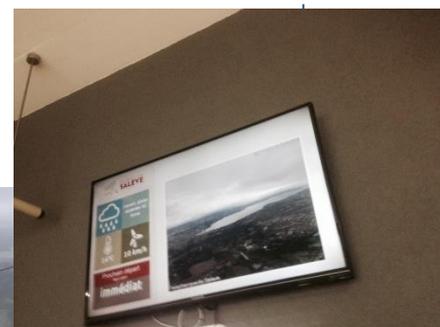


Deux bornes sont en cours de programmation pour une mise en service courant juillet. Des difficultés ont été identifiées, notamment, les délais annoncés par l'organisme financier qui gère le logiciel de sécurisation des cartes bancaires.

Formation des guichetiers pour les nouveautés d'avril, et pour la prise en main des différents outils technologiques.

Multimédia :

- A l'aide des nouvelles enceintes installées, nous pensons donner des informations touristiques dans la cabine. Pour les raisons et contraintes exprimées ci-dessus, nous avons proposé une application-audioguide. Celle-ci sera gratuite en téléchargement sur les smartphones. Elle propose, en français et en anglais 5 sons, entre 2 et 4 minutes chacun, disponible à des moments phares du voyage : en salle d'attente, dans la cabine, à l'arrivée, en station supérieure, dans la station, et sur le promenoir devant le panorama. L'application propose également les prochains départs en direct, la webcam et des infos.



-Finalisation des textes et de la structure du **nouveau site web**. L'**architecture est inédite**, car la lecture se fait de façon panoramique de gauche à droite et non pas de haut en bas comme à l'accoutumée pour les sites internet.



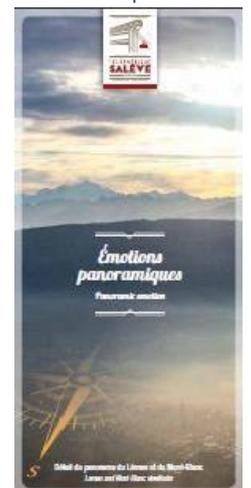
Recherche de partenariats, d'offres combinées et outils de communication :

- Afin de préparer les outils de communication et la nouvelle saison, plusieurs rendez-vous ont été sollicités pour des offres combinées. Des contacts ont ainsi été pris avec l'association genevoise « Genève Roule », l'entreprise « CycloMundo » à Ga

« Vitam'Parc » à Neydens, l'organisateur du « CinéOrange », Les « L'Observatoire » et « L'Horizon » à Monnetier-Mornex, le cirque « Helvétia », Le « Bureau de la Montage Du Salève », « Mulane Trekking », les écoles parapentes de Genève et d'Etrembières. Certains ont été reportés (vitam : été 2014, cinéorange : 2015), d'autres ont aboutis et **sont répertoriés dans le mini guide de 12 pages du téléphérique du Salève, édité à 90 000 exemplaires et largement diffusé dans la région. Des réductions** sont proposées ou encore des **packages au tarif préférentiel « Balades gourmandes au coucher de soleil, stage de parapente, nuitée dans un refuge, balade à dos d'âne »**. Une déclinaison plus condensée à été éditée à 20 000 exemplaires et en **distribution dans tous les hôtels de Genève et du Chablais**. L'objectif cette année à l'aide de ce guide, était de mettre l'accent sur les nombreuses possibilités d'activités depuis le Téléphérique. Le guide est traduit en anglais et français.



Un lourd travail de recherche a été réalisé pour créer le **document « Emotions Panoramiques »**. Véritable guide touristique d'observation, ce document complète l'audioguide et la visite en téléphérique. Le document se veut qualitatif, en pelliculage brillant renforcé. Il est proposé en vente à l'accueil et à la buvette au prix de 2 euros.



Réseaux sociaux :

-Concession au GLCT, par Véolia du **nom de domaine : www.telepheriquedusaleve.com**, du facebook officiel et autres outils (pinterest).

La présence active des entreprises est devenue obligatoire sur les réseaux sociaux. Création en complément d'un compte **google+, instagram et twitter**.

Recherche et développement d'une gamme de produits dérivés :



Marketing, commercial, partenariat et promotion (suite)

Avantages tarifaires :

-Multiplication des accords tarifaires et développement d'une tarification avantage partenaires : Getgiving (hockey club de Genève), cartes GIA, cartes loisirs LCE74, www.loisirs.ch, carte hôte de Divonne. Les abonnés TAC et Unireso bénéficient du tarif le plus avantageux de la gamme (6.30 Euros l'aller/retour)

Rénovation des gares

-Le renouvellement de l'image commerciale du téléphérique doit passer par un renouvellement de l'image des stations inférieure et supérieure. Ces stations sont vieillissantes et nécessitent de lourds investissements pour leur rétablissement. Ce point a fait l'objet d'une expertise par Annemasse Agglo. Nous avons donc procédé à un rafraîchissement des lieux d'accueil. Il était impossible de reprendre toutes les huisseries vertes en métal des stations inf et sup. Nous avons donc préféré valoriser en priorité la station supérieure.

Station inférieure : peintures des murs dans un gris très foncé qui offre un contraste saisissant avec le vert des huisseries, habillage de la vitrine d'accueil (impossible à supprimer pour des raisons de sécurité), harmonisation des espaces « brochures », adhésifs grands passages au sol (afin de cacher les trous laissés par les anciens garde corps inox), installation de guides files pour l'accès à la caisse et en remplacement des chaînes de bâtiments aux accès aux cabines.



avant



après



Création d'une enseigne végétale. Procédé révolutionnaire composé de véritable Lichen des rennes, stabilisé.

Station supérieure : mise en peinture du faux plafond vert en gris clair, suppression des vitrophanies sur les vitres (retour d'une grande luminosité dans la station, économie de lumière), renouvellement du mobilier, nouvelles poubelles plus esthétiques, suppression des gardes corps et du tourniquet pour un meilleur aménagement de l'espace général et une meilleure circulation dans la gare :

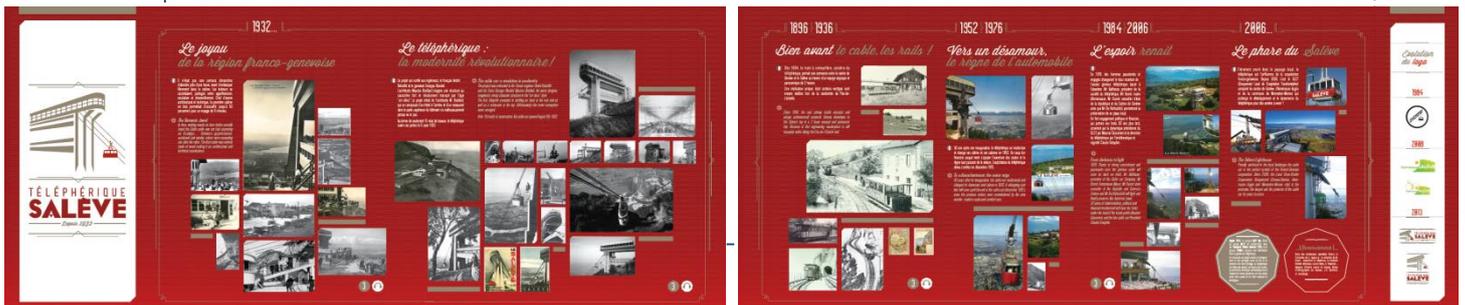
avant



après

Exposition permanente de photos

Nous avons voulu redonner la noblesse du lieu à travers la narration de la riche histoire du téléphérique. Une exposition permanente de photos d'époque exclusives a été créée. Elle retrace l'histoire du téléphérique depuis le train à crémaillère jusqu'à nos jours. Elle met en valeur la relation entre Genève et la France depuis 1932, en offrant une belle visibilité aux investissements politiques et financiers du GLCT (en français et anglais).



Rénovation des gares (suite)



avant



après



avant



après

Signalétique



Accès vélos



Drapeaux sur le site



Pietons / Pking

Horaires



avant



après

Harmonisation de la communication au sein de gares

-Nouveaux supports d'informations dans les gares, à l'extérieur et dans les cabines.



Nouvelles tenues pour le personnel



Navette Proxi'Phérique

- Habillage du véhicule aux nouvelles couleurs du téléphérique.
- Affichage aux arrêts TPG, écran INOVA dans les TRAM
- Centrale de réservation FlexCité TAD à Annemasse ;

Gestion du personnel

- 1 02 2014, nomination de Mr Alexis Malègre entant qu'adjoint au directeur d'exploitation.
- 27 01 2014, recrutement de Mr Jean-Louis MARTINOT, en tant que directeur principal du Téléphérique du Salève en remplacement de Mr Séraphin. Il décidera de mettre fin à sa période d'essai le 03 02 2014. Recrutement de Mr Biolley, du groupe COMAG pour assurer le remplacement de Mr Séraphin.

Autres processus

- Prise de contact avec Sidefage pour une meilleure gestion des déchets à la sortie de la station supérieure.

La réouverture du Téléphérique du Salève après 5 mois de fermeture Le lancement de la nouvelle saison

Ouverture

-Prévue initialement le 5 avril suite à la réception des travaux. Retards à la réception de chantier. Ouverture reportée au jeudi 10 avril à 9h30. 524 passagers pour la journée. Très beau résultat de semaine, hors saison. Grande présence presse : TV Léman Bleu, la radio +, Rouge FM, Perrine FM, ouverture des infos avec NRJ Léman, reportage France bleu Pays de Savoie et décrochage sur France Info, Le temps, Tribune de Genève, Dauphiné, Messenger, lenews.ch (emagazine pour expatriés anglophone)

ledauphine.com
ETREMBIERES - TOURISME
Salève : carton plein pour la réouverture du téléphérique

Evénements

-**Samedi 12 avril, ultra montée du Salève.**
Remise des médailles et des lots au vainqueur féminin par le Téléphérique.

-**samedi 10 et dimanche 11 mai**, partenariat avec la foulée annemassienne « Walk n' Run ». **Création de pass** pour l'événement.

Partenariat les Jeux de Genève

-jeudi 15 mai, **lancement des jeux de Genève** en station supérieure du téléphérique en présence des médias franco genevois et des différents élus du Grand Genève.

-**samedi 17 mai, épreuves VTT** au sommet du Salève, gratuitement pour les familles et participants. **Création de pass** pour l'événement.



Ultra montée du Salève 2014

-**25 mai – Fêtes des Mères** au téléphérique du Salève. **200 roses offertes !**

-**Fin mai** - Finalisation du **covering des cabines**.

-**29 mai au 31 mai** : partenariat avec les motards du rassemblement GoldWin. Proposition d'un tarif préférentiel pour les motards venant de toute la Haute-Savoie en passage par Etrembieres.

-**1er juin, inauguration officielle de la nouvelle saison** du téléphérique, journée protocolaire et d'animation grand public.

-9 juin, prise de fonction du **nouveau directeur Christophe Gounant**.

-**20 juin**, plus de 200 personnes pour la **diffusion du match de la coupe du monde** : France-Suisse, un match au sommet

-**L'Oréal party** en station supérieure. prolongement négocié des horaires de fermeture. Habillage glamour de l'intérieure de la cabine (à la charge de l'Oréal).

-A noter **plusieurs jours d'interruption des services** en raison de l'orage. Voir détail p 15



Marketing, commercial, partenariat et promotion

Plan de promotion

Un plan de promotion continu sur la saison est lancé dès le mois d'avril. Il est dirigé vers deux cibles : les touristes et les locaux. La communication touristique se verra plus émotionnelle, mettant en valeur le cachet unique de la vue, accompagnés de visuels de paysage, de panorama, qui appellent à l'enchantement (+ traduction des textes en fr et angl). La communication pour le public local utilisera des visuels plus percutants, amenant à une approche différente, plus surprenante du téléphérique. Message sur des axes simples comme le tarif famille assez mal connu (6.30E par personne dans le cadre d'une famille jusqu'à 5 personnes, soit 25.20E pour la famille).

AVRIL : Réouverture, communiqué de presse, retombée presse, tv, radio

JUIN – Lancement de la saison et présentation de l'inauguration, réseau d'affichage **4X3** dans l'agglomération proche du téléphérique et jusqu'à Thonon. Déclinaison du message « un panorama d'émotions » à l'aide du regard rempli d'émotion de l'enfant et mise en valeur de la nouvelle cabine.

JUILLET-AOUT-MI SEPTEMBRE : communications ci après + événements/animations ponctuelles

Une présence permanente sur la saison via différents supports majeurs dans la région:



Semaine d'affichage 4X3



Promo « Le Messager » dans le guide de l'été

Distribué à 55 000 exemplaires.



Offre à -50%
1 aller-retour gratuit
pour l'achat du même billet individuel

Offre officiel des événements
Publicité et offre promotionnelle.
Véritable institution dans le paysage local.
4000 manifestations été-automne dans la région.

Promotion dans les guides horaires de la CGN
Disponible aux guichets de vente des billets (CGN et CFF), offices de tourisme - agences et transporteurs suisses et étrangers, - hôtels partenaires
Imprimé à 160 000 exemplaires



Promo Easyjet

Publicité dans le magazine de bord. Opération en mai, juillet, aout



Présence dans le plan de ville de Genève
Edité à plus de 180 000 exemplaires



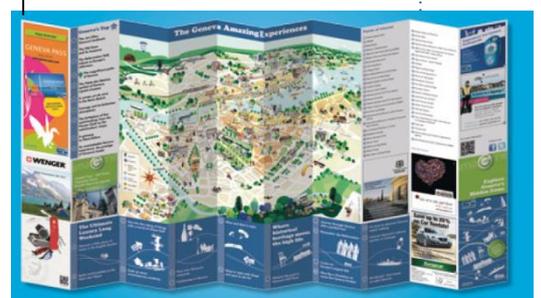
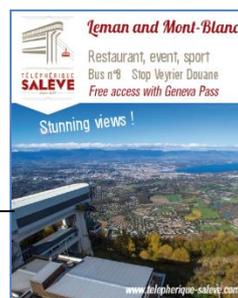
Promotion dans le plan du genevois
Imprimé à 180 000 exemplaires

Présence dans les 9 éditions des Geneva Experience
Imprimés à 280 000 exemplaires. Véritable promotion de Genève et de ses activités. Proposés quasi systématiquement lors de la prise d'informations au desk d'accueil de Genève Tourisme.



Présence publicitaire et article presse dans le magazine et sur le site internet du média « actu-montage »

Pour la première fois, publicité proposée à l'aide de 4 visuels différents : en français, anglais, espagnol et portugais !



Marketing, commercial, partenariat et promotion (suite)

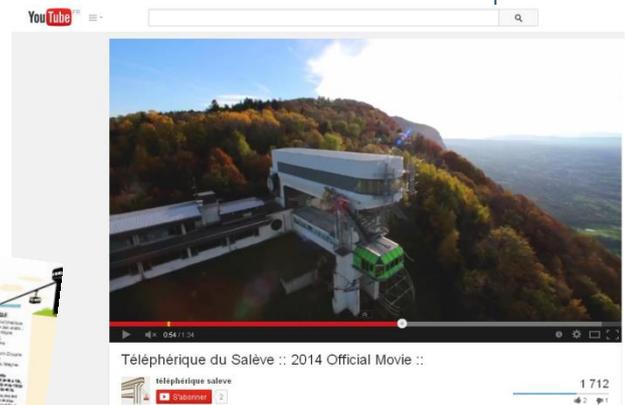
Plan de promotion (suite)

Présence de notre vidéo promotion réalisée par drone en octobre 2013. Diffusion pendant toute la saison sur les bateaux les plus importants sur le Léman incluant :

- 3 écrans vidéo du bateau Le Léman,
- Navibus Genève et sur l'écran vidéo du Navibus Coppet.
- le bateau Ville-de-Genève renforcera le réseau Lausanne-Evian-Thonon-Morges, avec 7 écrans supplémentaires sur lesquels notre campagne sera aussi diffusée.



-La vidéo a été mise en ligne sur youtube.com le 9 avril 2014. Au 11 juillet, elle comptabilise près de 1700 vues. La version complète dure 1min 30. Un second montage a été réalisé pour la diffusion dans les bateaux. Elle présente les plus belles images du Téléphérique et du Salève en 22 secondes.



-Mise en valeur du téléphérique dans le magazine « Ou bien » conçu et distribué à 100 00 exemplaires par les TPG.



-Double page dans le guide bus du réseau TAC. Édité à 60 000 exemplaires. Guide de référence pour 12 000 utilisateurs /jour dans toute l'agglomération. Intégration de l'offre Elit, offres promotionnelles réservée aux abonnés de bus, dont celle du téléphérique.



Offres promotionnelles

-Coopération avec les Offices de tourisme d'Annemasse et de Saint-Julien-En-Genois. Intégration de l'offre téléphérique dans les Pass Loisirs édités par les deux offices. Présence dans les offres Hockey et handball Club de Genève (1 entrée = 1 gratuite)



Pass loisirs OT St Julien En Genevois



Pass loisirs OT Annemasse

Marketing, commercial, partenariat et promotion (suite)

Opérations « séductions » pour les visiteurs « presse étrangère »

-En lien avec Genève Tourisme, le téléphérique offre la gratuité au groupe de presse qui est invité par les services de Genève Tourisme. Une documentation « **Emotions Panoramiques** » éditée par le téléphérique est offerte gratuitement aux visiteurs. Parfois, un collaborateur est interviewé. Ont été reçus :
-Télévision Saoudienne, Presse Ukrainienne, bloggeuse Canadienne, Télévision chinoise CCTV en partenariat avec China Air.

Les jeux de Genève

-Les Jeux de Genève ont investi cette année le Salève. Le téléphérique a souhaité participer de façon active au rayonnement majeur dans la vie du Grand Genève. Un partenariat a été monté avec l'organisation. **L'aller/retour a été offert lors de l'inauguration des jeux le jeudi 15 mai** (plus de 100 convives).

Concernant l'épreuve du samedi, les horaires d'ouverture ont été étendus, la gratuité offerte aux compétiteurs et leur famille. (200 personnes) Un titre de voyage événementiel a été créé à cette occasion et permettait l'accès direct aux cabines.

Une publicité dans le magazine des jeux de Genève largement diffusée dans le Grand Genève a été également négociée



1^{er} juin 2014 – la 3^{ème} inauguration du Téléphérique du Salève

-Afin de lancer la nouvelle saison, mais également de marquer les esprits des habitants locaux, une grande opération de communication et journée d'inauguration a été organisée en collaboration avec le GLCT et le Grand Genève.

La date du 1^{er} juin a été choisie en collaboration avec les services de l'état de Genève. **L'événement a rassemblé nombre de personnalités donc les orateurs suivants :**
Monsieur Maume, maire de Monnetier-Mornex.

Monsieur Dupessey, Président d'Annemasse Agglo

Monsieur Christophe Vacheron, Directeur régional du groupe RATPDev zone Rhône Alpes - Suisse et Président du téléphérique du Salève

Et conclusion par Monsieur Longchamp, Président du Conseil d'Etat de la République et canton de Genève et du Grand Genève.

La matinée était réservée à l'accueil protocolaire des invités. Des billets spéciaux ont été créés pour l'occasion et permettait aux invités d'accéder gratuitement aux cabines. Un dévoilement

officiel de la cabine a permis d'inaugurer le nouvel habillage et la nouvelle saison du téléphérique de façon spectaculaire.

Dès 12h00, le site était ouvert au public. Un flyer d'information avait été distribué la semaine précédente dans les lieux publics.



1^{er} juin 2014 – la 3^{ème} inauguration du Téléphérique du Salève (suite)

Un **panorama d'activités a été préparé pour l'occasion** : circuit de mini-buggies téléguidées électriques, balades à dos d'âne, lancement du mini-golf, accueil musical par un Jazz Band, course d'orientation. Des petites tartelettes et citronnade maison (préparés par L'Observatoire) ont été offertes à nos chers visiteurs.



Depuis le sommet appelé "balcon du Léman", l'unité géographique du Grand Genève s'offre aux yeux de ceux qui profitent du panorama comme ce fut le cas pour le président du Conseil d'État de la République et canton de Genève François Longchamp accompagné ici du maire d'Évrombrières Alain Bossen et du maire de Gaillard Jean-Paul Bosland. Photo La D.V.B.C.



Malgré une fraîche brise, les talents conjugués du Jazz Band ont su créer au sommet du Salève une ambiance musicale pleine empreinte de sérénité et d'espoir pour un téléphérique nouvelle formule dont les cabines vintage avaient été dévoilées quelques minutes plus tôt en gare inférieure. Le cocktail offert pour l'occasion a ravi les nombreux convives. Photo La D.V.B.C.



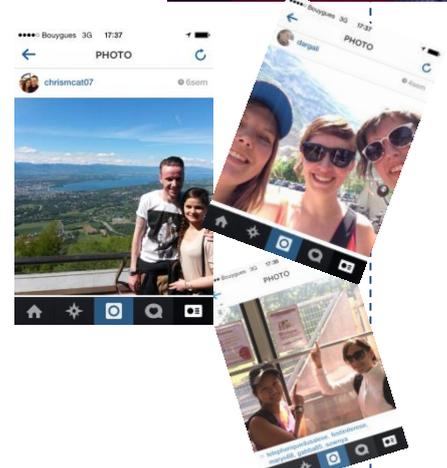
La journée a été généreusement gâtée par une très belle météo. Plus de 1100 personnes (uniquement pour l'après midi) ont participé à cet événement.

Réseaux sociaux

-Un travail d'animation des réseaux sociaux a permis une augmentation de la visibilité du téléphérique dans la sphère web 2.0.

Depuis sa récente **création**, le compte instagram compte déjà 85 abonnés. Le hashtag **#TelepheriqueDuSaleve** est **régulièrement utilisé par les utilisateurs permettant une notoriété plus grande dans les larges réseaux d'utilisateurs.**

Le compte Facebook enregistre une très belle audience et son nombre de « fans » ne cesse d'augmenter (audience de 1333 le 11/07/14).



Animations mini golf

Un mini golf de location a été installé tous le mois de juin. **L'objectif était de permettre une activité pérenne et disponible à toute heure pendant un mois**, mais aussi de tester le potentiel et la gestion nécessaire à un tel aménagement.

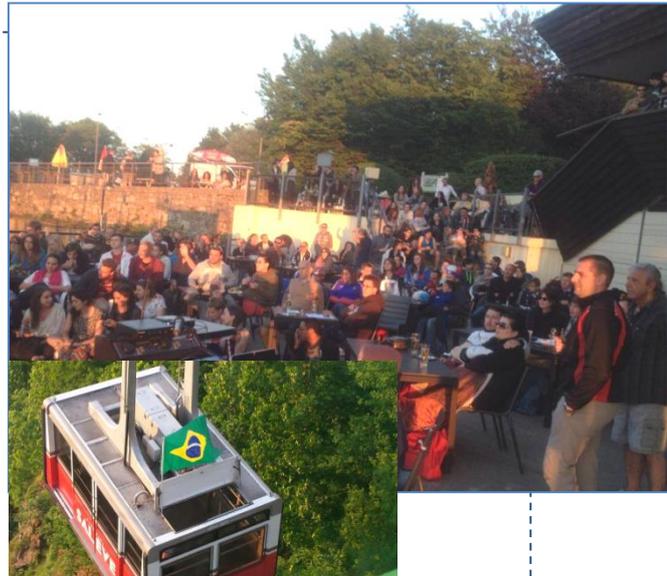
Les résultats sont plutôt encourageants. D'un commun accord, Gilles de la Buvette, a tenu la location du minigolf. Le matériel n'a subi ni détérioration, ni vandalisme. Ce fut un investissement assez important financièrement pour un mois ; mais il était indispensable de tester les retombées d'une telle animation, qui pourrait préfigurer une installation à plus long terme. Nous recherchons un prestataire qui pourra nous proposer des services sur une plus longue durée.



Un match au Sommet

20 juin 2014. Le téléphérique en collaboration avec le restaurant « L' Horizon », ont proposé la diffusion du match France-Suisse dans le cadre de la coupe du Monde. Le Salève s'imposait comme lieu par excellence de l'union dans le sport des deux peuples voisins ! Un **tarif exceptionnel de 5 euros** a été proposés dès 20h00. Un écran géant a été installé par les collaborateurs du téléphérique sur la terrasse avec pour décor, le Léman.

Une petite restauration d'occasion a été négociée avec le restaurateur pour faire de cet événement, une rencontre familiale accessible à tous. Un vrai succès d'image pour le téléphérique, **puisque près de 200 personnes ont assisté à la diffusion du match.**



Animations été

-Des **animations jeunesse en station supérieure seront organisées tous les vendredis de juillet et d'août**, en collaboration avec la maison du Salève. Plus d'infos le prochain trimestre.

-**Tous les jeudis soir du 15 mai au 17 juillet** : Rando coucher de soleil et barbecue au sommet. Rdv : 18h15 au départ du téléphérique. En collaboration avec **Changez d'Air**.

Insolite !

-Un des plus grand groupe de rock...chrétien genevois, connu dans toute la francophonie P.U.S.H a tourné son clip de pentecôte sur le Salève. Ils ont aussi investi l'oriflamme du Salève, à savoir la cabine du téléphérique.

Cette communication n'est pas anodine, car elle permet de toucher une catégorie de clients, souvent des familles, adeptes de ce groupe musical qui a comptabilisé pour cette vidéo près de 5000 vues en 1 mois !



Autres

-Pendant ce trimestre, le téléphérique **a dû être à l'arrêt à plusieurs reprises**. Voici le détail des événements:

-**Fermeture le jeudi 1 mai** à 14h qui durera jusqu'au vendredi 2 mai inclus afin de procéder au raccourcissement du câble tracteur. 1.70m de câble sera coupé lors de cette opération,

-**Mardi 13 mai des LED** sont changées dans les pupitres de cabine (n'a pas entraîné de fermeture),

-**Vendredi 15 mai**, exploitation à l'arrêt dès 12h15 pour toute la journée pour cause de tempête

-**Le 23 mai** l'orage nous empêche de redescendre les clients en cabine. Nous faisons intervenir le bus d'astreinte de TOURISCAR,

-**Mercredi 11 juin** fermeture toute la journée suite à l'orage de la veille

-**Jeudi 12 juin** réouverture de l'installation à 12h10 après changement du capteur

-**Lundi 16 juin** réparation d'une fuite sur le répartiteur hydraulique du frein de chariot cabine,

-**Dimanche 29 juin** fermeture à 18h45 suite à l'orage. Transport des clients au sommet, en mini bus.

-Quiproquo, rendez-vous manqué avec la **commission de sécurité**, obligatoire dans le cadre de l'ERP, réalisé par le service d'incendie. GLCT et le restaurant n'ont pas été conviés. **Avis défavorable** donné par la mairie de Monnetier-Mornex.

Plan d'action dressé par le téléphérique, le restaurant et Annemasse Agglo. Contrevisite en septembre



Mais aussi

-**Réalisation de film documentaire** sur le téléphérique par un groupe d'étudiants de l'université de Genève intéressés au thème de la verticalité. Interviews de Florian et Alexis, employés en caisse, aux cabines et à l'exploitation du téléphérique. **Diffusé en public le mardi 3 juin** au théâtre du Grütli à Genève.

-**Réflexion sur le nouveau support de titre de transport**. Les premiers tests ont été réalisés sur un papier A4, sur le modèle Easyjet. Mauvais accueil de la part des usagers (plutôt les réguliers). Impression depuis sur un papier A5. Design en cours.

Une météo capricieuse, une saison plutôt positive

Evénements

- juillet-août - **Lancement de la saison Kidz pour les 3-16 ans en collaboration de la Maison du Salève.**

2 activités pour le prix d'une ! 12.60 Euros « Chasse aux insectes, constructions de cabanes en bois, Balade nature et légendes. Un beau succès de fréquentation. Chaque module est composé de 20 enfants accompagnés des parents. En cumulant la saison Kidz + les animations de début d'année, ce sont approximativement **1 000 voyageurs qui ont profité des animations combinées** entre le téléphérique et la Maison du Salève (saison Kidz, anniversaires, scolaires).



- Collaborations avec le bureau de la Montagne du Salève pour des animations hebdomadaires « le passeport Montagne ». Voir le détail en pages suivantes.

- **Début Juillet**, lancement de l'opération **Vitam Parc – Téléphérique**. Actions communes de visibilité. Distribution de flyer donnant droit à des réductions chez le partenaire depuis les desk d'accueil des deux sites

- **Début Juillet**, réédition du guide balade VTT en collaboration avec la Maison du Salève.

- le **7 juillet**, lancement du **partenariat Perrine FM et Téléphérique**. Pendant l'été, des jeux antennes et des aller/retour à remporter.

- le **19 juillet** – Mise en sécurité de certains jeux sur l'aire. Filet de protection

- les **21/22 juillet** - **Fermeture**. Raccourcissement des câbles.

- **Fin juillet** - Collaboration avec le **Syndicat Mixte du Salève** concernant la sécurité des sentiers.

- **Juillet météo catastrophique**. 23 jours de pluie sur 31 jours ouvrés. **Opérations anti grisaille. Téléphérique à 5 Euros A/R certaines soirées** pour proposer une alternative de sortie indoor. Mise en valeur l'offre « restaurant ».

- le **1er août**, fête nationale Suisse. Pas d'extension en soirée. Communication locale minime, préférant une mise en valeur de l'événement du 9 août.

- le **5 août**, diffusion d'un **reportage de 12 minutes** sur le téléphérique sur les ondes de la chaîne radio RCF.

- le **8 août**, la tête dans les nuages ! Mer de Nuage sur le Salève, promotion sur les réseaux sociaux.

- le **9 août**, grand final des feux de Genève. **400 personnes uniquement entre 20h00 et 23h30**. Tarif Micro à 6,30 Euros pour la soirée.

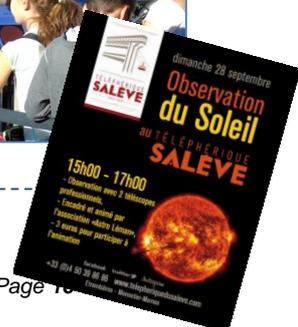
- **Courant août** - jeux concours sur Facebook pour remporter des aller retour gratuits. Mise en place progressive de la vente en ligne. Achat sur Borne reporté pour des raisons d'autorisation bancaires et d'autres contraintes techniques.

- le **9 août**, la nuit des étoiles en partenariat avec le Bureau de La Montagne du Salève. 18h00-23h30 randonnée, pique nique paysan, observation des étoiles, puis des feux de Genève et retour en Téléphérique. vingtaine de visiteurs.

- le **13 août**, forte bise. Fonctionnement de façon aléatoire

- **Début juillet et début août** : le centre de vacances « Vacances nouvelles » a utilisé le téléphérique tous les jours pour transporter 5 moniteurs et 14 enfants vers Pré berger, transformé pour l'occasion en centre agréé. Coup de pouce commercial du téléphérique.

- le **28 septembre** – **Astronomie au Salève**. Observation du Soleil à l'aide de télescopes professionnels et encadré par notre partenaire AstroLéman. Animation à 3 Euros (gratuité pour les enfants) directement encaissé par le prestataire. Approx 150 personnes au total. Belle journée de fréquentation (2 500 personnes)

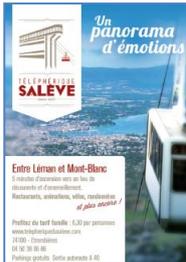


Plan de promotion saison été

Le plan de promotion présenté lors du dernier trimestre est toujours en cours jusqu'à la fin de l'année pour certaines communications. Celui-ci permet de cibler particulièrement touristes mais aussi les habitants locaux. **L'organisation d'événements ponctuels permet de prolonger, compléter et/ou de relancer** une communication plus locale

JUILLET-AOUT- SEPTEMBRE : communications ci après + événements/animations ponctuelles

Une présence permanente sur la saison via différents supports :



Promo « Le Messager » dans le guide de l'été

Distribué à 55 000 exemplaires.



Offre officiel des événements

Publicité et offre promotionnelle. Véritable institution dans le paysage local. 4000 manifestations été-automne dans la région.



Promo Easyjet

Publicité dans le magazine de bord. Opération en mai, juillet, aout



Promotion dans le plan du genevois

Pour la première fois, publicité proposée à l'aide de 4 visuels différents : en français, anglais, espagnol et portugais !



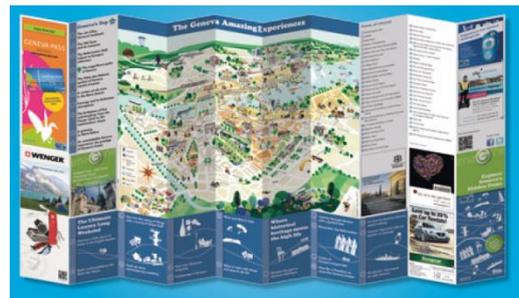
Présence publicitaire et article presse dans le magazine et sur le site internet du média « actu-montagne »



Présence dans le plan de ville de Genève
Edité à plus de 180 000 exemplaires



Présence publicitaire et article dans le mini-guide officiel de Genève tourisme Printemps-été 2014



Présence dans les 9 éditions des Geneva Experience

Imprimés à 280 000 exemplaires. Véritable promotion de Genève et de ses activités. Proposés quasi systématiquement lors de la prise d'informations au desk d'accueil de Genève Tourisme.

Plan de promotion complémentaire à la saison d'été

La vidéo promotion du Geneva Pass

Très apprécié par les touristes, le téléphérique est gratuit sur présentation de cette carte vendue par Genève Tourisme à Genève. Le Geneva pass c'est pour le téléphérique, en aout : 478 visiteurs (soit +117% par rapport à aout 2013)



Retour sur les coupons promotionnels pendant la saison juin, juillet, aout, septembre

Le téléphérique est intégré à des offres promotionnelles via différents partenaires, permettant une visibilité commerciale et une hausse de la fréquentation pour un engagement minime voir nul de budget commercial.



Offre Office de tourisme de St Julien : 120 retours



Offre Office de tourisme d'Annemasse : 68 retours



Offre hockey club de Genève, Football club Onex, plan les ouates natation : 9 retours



L'Officiel des événements : 11 retours



NOUVEAU !

Afin de toucher une population large, avec environ 3'000 employés + leurs familles (> 3'000 personnes supplémentaires), une offre tarifaire a été proposée à Procter&Gamble à Genève.

Application du tarif micro à tous les salariés sur présentation des badges salariés.

Promotions complémentaires

1. Présence dans l'agenda des manifestations du guide du Messenger, et du Dauphiné avec belle mise en valeur en 1^{ère} page de la section chablais/genevois
2. Guide des sorties régionales 2014 pour les groupes scolaires et centre de loisirs
3. 4^{ème} de couverture du magazine d'Annemasse Agglo
4. Feuille d'Avis Officielle de l'Etat de Genève (grâce aux services des affaires extérieures et fédérales de l'état de Genève)



Retour sur les événements phares de la saison

Passeport montagne et saison Kidz (3-16 ans)

Durant les mois de juillet et août, la saison Kidz s'est ouverte au téléphérique. En partenariat avec La maison du Salève et le Bureau de la Montagne, un panorama d'activités était proposé au sommet du Salève comme par exemple :
 Chasse aux insectes, construction de cabanes (gros succès !),
 Grand jeu d'orientation, avec carte et boussole, aventure en forêt avec sauts en liane, fabrication d'un arc, concours de tirs mais aussi un parcours VTT simple, Davy Crockett Juniors (Ateliers trappeurs en pleine nature)



La campagne de communication s'est composée de :

- Communiqué de presse et relais radios
- Événements et relais dans les réseaux sociaux (plutôt ciblés familiaux)
- Relais partenaires TPG, Unireso, TAC et relais presse franco genevoise (léman.ch, loisirs.ch, l'hebdo 74, dauphiné)



Les Feux de Genève depuis le Salève

L'un des événements majeurs du téléphérique ! Un très bon relais dans la presse locale (Messenger, Le Dauphiné, Tribune de Genève)

Relais des différents événements sur les home page de TPG et Unireso.
 Relais presse franco genevoise.

Sortir de la ville

Même si les feux sont tirés à Genève, il ne faut pas hésiter à sortir de la ville pour les contempler. Redouane et Jean, agents d'entretien, nous font part de quelques lieux qui valent le détour: «Le Salève offre un panorama unique sur Genève et voir un feu depuis le haut est une expérience unique, même si c'est un peu loin.» Le téléphérique sera ouvert exceptionnellement jusqu'à 23h30 (les tickets sont disponibles en ligne, 14 francs 10 l'aller-retour).

Extrait de la tribune de Genève du 7/08/14

- Formule snack avec la buvette,
- Menu spécial avec le restaurant,
- Concert gratuit pop folk dès 19h30
- Tarif aller retour pour tous dès 19h00 à 6,30 Euros



Bancs prêtés par la mairie Etrembières, installés sur le promenoir aux premières loges !

Publicité en première page dans Le Messenger



Un peu plus de 400 personnes pour la soirée. Retour plutôt rapide, dispersion du flux de façon harmonieuse. Pour plus de sécurité, guidage à la lampe torche par l'équipe du Téléphérique dans certains lieux peu lumineux.

2- Bilan d'activité 2014 - PR «

Quatrième trimestre 2014

Une jolie « après-saison » et une première saison d'hiver pour le Téléphérique

Evénements

- **Fin septembre/octobre** - relance de la communication d'après-saison.
- **octobre et novembre**- travaux de **peinture** en station inférieure et supérieure
- **5 octobre** - Opération Téléphérix du Salève « repas convivial thématique » en partenariat avec « Tourne Broche »
- **11 octobre** - Participation à la journée de l'accessibilité. Tarif de 5 euros pour les PMR en fauteuil roulant et inscription dans le guide des lieux accessibles : www.jaccede.com
- **28 octobre** - Conférence de presse sur le **bilan de la saison** et annonce de la nouvelle saison d'hiver
- **19 octobre** – Opération Raclette au Téléphérique Salève
- **21 octobre** - **Vent** sur le Salève. Fonctionnement aléatoire
- **29 octobre** – rapport final de l'**audit sécurité** de RATP
- **Le 5 et 8 novembre** - Animations fin de saison avant la fermeture. Randonnées au pas de l'âne
- **Mi-novembre** - Lancement de la promotion de la saison d'hiver
- **21 novembre** - **1^{ère} mer de nuage**. Excellentes retombées presse et annonce de la saison d'hiver
- **28 novembre** - Présentation du rapport du délégataire 2013 et du plan Marketing 2015 à l'assemblée du GLCT
- **Décembre** - **Préparation de la fête nationale** de la raquette
- **3 décembre** – Ouverture de la **saison d'hiver**
- **15 décembre** – Départ de Christophe Gounand
- **27 décembre** - **Vent** sur le Salève. Fonctionnement aléatoire



Extrait du reportage sur France 3 Alpes



Réclamations

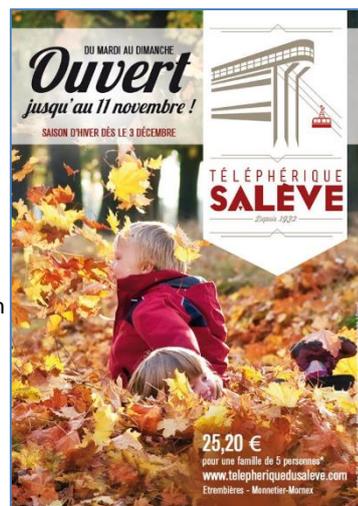
- **Novembre** : 2 réclamations reçues en novembre, suite aux informations non mises à jour sur le site de la FEDRE : saleveautrement.ch, considéré à tort comme le site officiel du téléphérique.

Plan de promotion saison d'automne

Afin d'accompagner la fin de la saison, STS a proposé un « plan de communication d'automne ». Son but ? Garder une présence média continue, afin de ne pas créer un appel d'air après la riche saison d'été.

Détail du plan :

- 800 affiches A3 déployées dans les commerces d'Annemasse et certaines communes de Genève (selon le plan de distribution du fournisseur axalpaffichages)
- Campagne radio du 24/10/2014 - 09/11/2014 Nostalgie, One FM, Radio plus
- Organisation de balade au pas d'ânes (2 samedis, dont un annulé en raison d'une mauvaise météo)
- Annonces presse dans le Messenger



Présenté lors de l'assemblée du GLCT, le plan de communication de l'hiver a d'abord été lancé par une conférence de presse le 28 octobre. Cette conférence présentait le bilan de la saison d'été du téléphérique (à fin septembre, la fréquentation était déjà équivalente à toute l'année 2013). D'excellentes retombées presse ont été constatées (Tribune de Genève, Dauphiné Libéré, Le Messenger et médias radio) dont notamment un reportage au Journal télévisé local de France 3 Alpes.

Mais avant tout, cette conférence faisait office de teasing (effet d'annonce) pour la nouvelle saison d'Hiver (appuyée quelques jours plus tard par la diffusion de la photo « mer de nuage » -excellentes viralités web)

Préparation de l'offre d'hiver

Avant la commercialisation de cette nouvelle saison, STS a présenté aux acteurs majeurs du Salève (SMS, Monnetier, BMS) 3 parcours balisés et temporaires de décembre à mars. STS intégrerait dans son budget d'investissement la signalétique des boucles de randonnées (+ pose et dépose) ainsi que l'achat de raquettes à neige.

Repérage des boucles de randonnée en raquette en collaboration avec les accompagnateurs diplômés du bureau de la montagne du Salève.

3 boucles ont été identifiées et présentées à la mairie de Monnetier et au Syndicat Mixte du Salève. Celui-ci nous invitera à modifier une partie d'une boucle. Selon les recommandations de la mairie de Monnetier, un courrier est envoyé aux propriétaires des parcelles des alpages. Une représentation des boucles de randonnées est jointe au courrier. Seul le chalet du club alpin Suisse répondra avec enthousiasme. Le projet est donc annulé. L'accès aux sentiers d'été déjà balisés sera donc libre et pas toujours adapté à une utilisation hivernale.

Des forfaits Téléphérique + location raquettes sont créés.

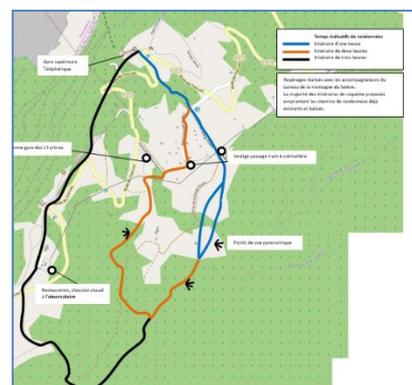
Tarif régulier : 11,30 E + 3,70 E = 15 euros tout inclus

Tarif Eco : 8,30 E + 3,70 E = 12 euros tout inclus

Tarif famille : 6,30 E + 3,70 E = 10 euros tout inclus

Le chocolat chaud mais aussi le vin chaud étaient disponibles à la Buvette Sympa, restée ouverte les week-ends.

STS a prévu dans son budget d'investissement l'achat de 40 paires de raquettes de qualité (TSL) adaptés aux grands, moyens et petits gabarits. Cette offre a été complétée par la mise en location (2 euros) de pelles à luge.



Proposition de 3 boucles de randonnées de raquettes



Plan de promotion de la saison d'hiver

- 1200 Affiches A3 déployées dans les commerces participants d'Annemasse, St Julien en Genevois et les communes du Canton de Genève.
- Promotion combinée avec le Bureau de la montagne du Salève dans le magazine familial récréamomes + Rubrique à la radio France Bleu Pays de Savoie
- Création d'un flyer promotionnel 6 pages, reprenant le planning des événements de la saison, les tarifs combinés, les offres d'hiver et une offre resto-raquette avec le restaurant L'Observatoire.
- Impression de ce flyer à 15 000 ex, dont 10 000 pour notre réseau de distribution d'infos (hôtels de Genève et d'Annemasse, lieux touristiques de la région etc...)



Présentoirs dans le nouveau campanile Annemasse Gare



Affiche dans un commerce du centre-ville d'Annemasse, rue Adrien Ligué



Visuel dans le magazine Récréamomes

Promotions complémentaires

- Septembre-Octobre-Novembre - Pleine page dans le Grand Genève Magazine + pub internet sur leur site. Offert suite à un concours sur le réseau linkedin.
- Présence dans le guide des Petits Malins édité par l'office de tourisme d'Annemasse

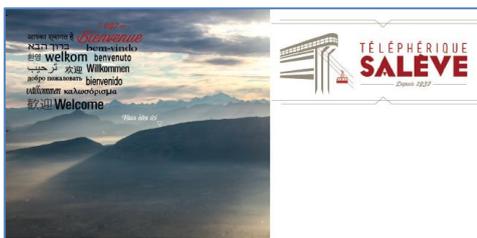
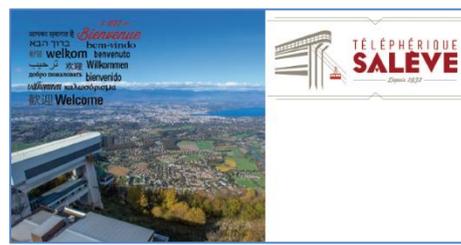
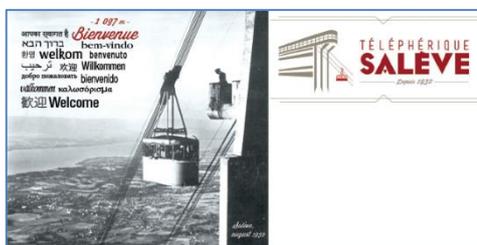


Impression d'un mini calendrier souvenir offert aux visiteurs

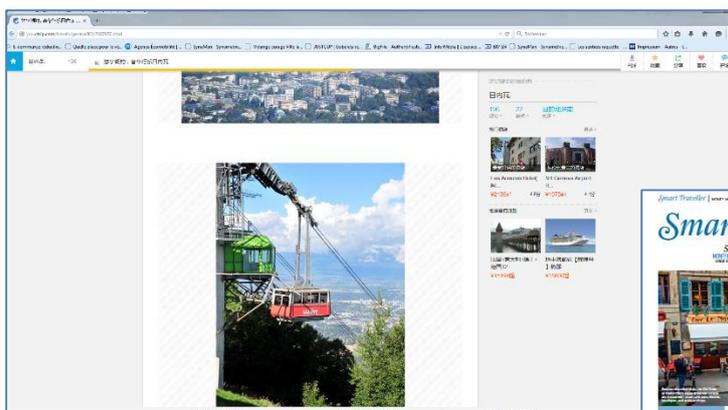


Mais aussi

- Réservation d'espaces promotionnels pour 2015 dans le Passeport Loisirs, easyjet, Official Geneva Guide, Geneva Amazing Expériences
- Collaboration avec les services communication d'Annemasse pour trouver des synergies communes en 2015 (dont notamment St-Valentin avec Château Bleu)
- Participation aux différents lotos des associations ou écoles des environs. Offre de 4 billets A/R. Au-delà du coup de pouce à ces associations, c'est une action de notoriété, qui permet de rappeler dans la région, l'aspect loisirs/famille du téléphérique.
- Selon les recommandations de Noémie Fasquel, application du tarif famille aux membres de l'amicale du personnel d'Annemasse Agglo, sans demande de compensation.
- Lancement depuis septembre de la démarche qualité iso 9001, 14001 et 18001
- Préparatifs de la fête de la Raquette en janvier 2015
- Création et impression des nouveaux tickets pré-imprimés. Panachage de 4 séries différentes. Au verso, une synthèse technique et historique du téléphérique ainsi qu'une promotion de l'appli audio-guide.



- Déjà quelques retombées des voyages de presse d'influents bloggers étrangers, sous l'initiative de Genève Tourisme. Le Salève et son téléphérique y tient un belle place.



3- Statistiques – SP et TE

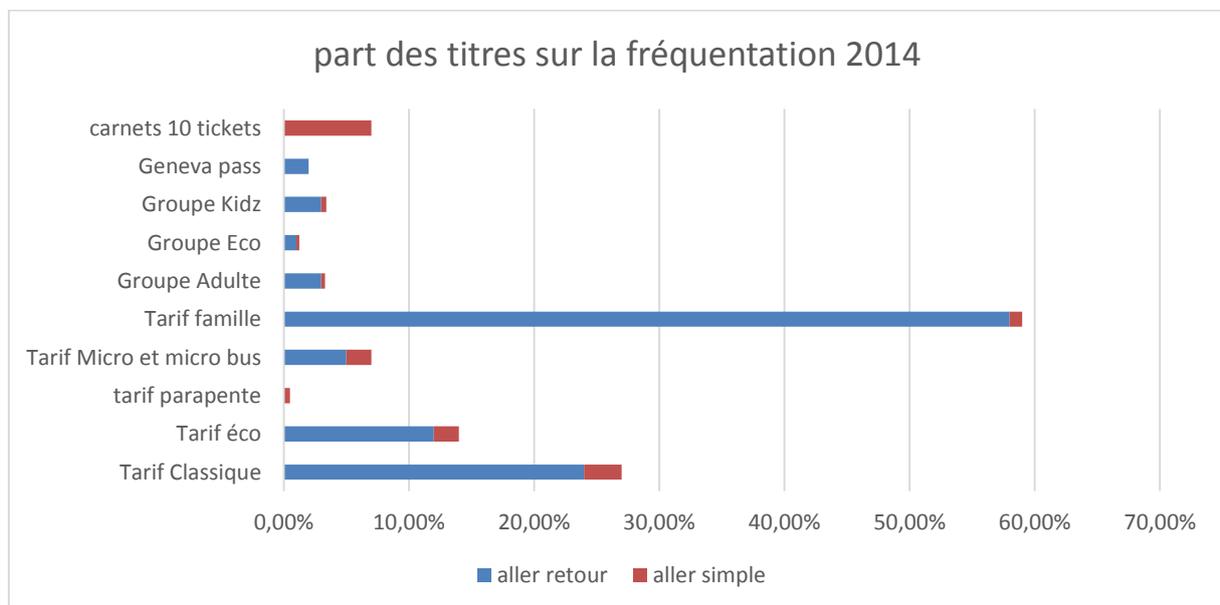
3-1 Évolution de la fréquentation

	fréquentation 2014	fréquentation 2013	évolution	fréquentation moyenne/jour	fréquentation /course
janv-14					
févr-14					
mars-14					
avr-14	15 007	9 924	34%	484	12
mai-14	26 358	18 527	30%	879	24
juin-14	30 009	26 800	11%	1 000	24
juil-14	23 123	27 805	-20%	746	20
août-14	42 670	37 410	12%	1 422	32
sept-14	27 218	24 721	9%	907	23
oct-14	20 686	13 563	34%	766	25
nov-14	7 199	4 133	43%	720	29
déc-14	7 817	-		1 954	19
TOTAL	200 087	162 883	19%		

On note une évolution de +19% sur l'année 2014 sur 9 mois d'exploitation. Le cap des 200 000 passages a été atteint, porté par l'ambition plan de communication mais aussi par la mise en valeur de l'installation après le changement des câbles en début d'année.

Ce sont 8724 courses qui ont été réalisées en 2014 pour 223 jours totaux d'exploitation.

3-2 Poids des titres par rapport à la fréquentation



On note un franc succès du tarif famille en 2014. C'est la première fois dans l'histoire du téléphérique que la part « famille » génère autant de passages dans la fréquentation globale. **Par exemple, en 2013, son taux était de 25 % !**

Le titre « ECO » jeune (et seniors nouveautés en 2014) passe de 7% en 2013 à 12% sur le poids de la fréquentation.

C'est le résultat d'un nouveau positionnement du téléphérique. Plus local, plus familial. L'idée est de faire revenir les visiteurs plus souvent mais en leur faisant profiter de conditions tarifaires intéressantes.

3-3/ Recettes et charges 2014 – SP

	Budget 2014 Cumul	Réel 2014 Cumul	Ecart réalisé vs budget 2014	Réel 2013 Cumul	ecart réalisé 2014 vs réalisé 2013
Chiffre d'affaires net de sous-traitance	811	826	15	563	264
Chiffre d'affaires Hors Transport	10	4	-6	11	-7
Autres produits		12	12	1	12
Revenus d'exploitation	821	843	22	574	268
Coût de conduite	-182	-172	11	-132	-39
Consommation d'énergie	-38	-44	-6	-25	-18
Autres consommations		-5	-5	0	-5
Maintenance matériel roulant	-3	-14	-11		-14
Maintenance infrastructures	-54	-30	24	-15	-15
Autres coûts directs d'exploitation	-45	-52	-8	-30	-22
Coûts directs d'exploitation	-321	-317	4	-203	-114
Contrôle, Prévention, Sécurité (CPS)					
Commercialisation, distribution, vente (CDV)	-58	-65	-7	-17	-48
Autres charges indirectes d'exploitation	-54	-54	0	-108	54
Coûts indirects d'exploitation	-111	-119	-8	-125	5
Activité commerciale/développement		0	0		0
Coût de structure	-227	-252	-25	-149	-103
Frais généraux répartis (CSP, Structure, Région)	-10	-14	-4	-10	-4
Management fees	-23	-22	1	-18	-4
Coûts administratifs	-260	-288	-28	-178	-110
EBITDAR	128	118	-10	69	50
Chiffre d'affaires sur exercices antérieurs (y compris rétroactivité)					
Autres produits et charges sur exercices antérieurs		48	48		48
EBITDAR après exercice antérieur	128	166	38	69	98
Dotations nettes aux Amortissements des immobilisations (hors PPA)	-7	-8	-1	0	-8
Dotations nettes aux Amortissements des immobilisations (PPA)					
Location des moyens industriels	-7	-13	-6	-3	-10
Plus ou moins values de cession récurrentes sur les bus					
Résultat d'exploitation (EBIT)	114	146	32	66	80
Résultat financier		2	2	0	2
Résultat exceptionnel (extraordinaire au sens IFRS)		0	0	0	0
Résultat avant impôts	114	148	34	66	82
Impôts sur les sociétés (yc impôts différés)	-25	-41	-16	-17	-24
% impôts sur les sociétés (yc impôts différés)	22%	28%	46%	26%	29%
Résultat Net des Mises en Equivalence					
Résultat Net	88	107	18	49	58

L'exercice 2013 est incomplet puisqu'il a débuté au 1^{er} mai, sa comparaison avec les éléments de 2014 n'est donc pas pertinente.

Commentaire(s) :

- Les **recettes de ventes de titres** sont supérieures à notre budget de 43K€ du fait d'un très bon mois de mai (+29K€) et d'une fin d'année supérieure aux prévisions grâce à des ouvertures supplémentaires et un bon mois d'octobre.

- La **contribution forfaitaire d'exploitation** (versée en compensation des fermetures pour travaux de changement de câble) est inférieure de 29K€ à nos estimations budgétaires car nous avons prévu une plus longue fermeture sur avril.
- Les **refacturations diverses** (eau/électricité) sont supérieures de 6K€ à nos estimations.
- Les **coûts directs d'exploitation** sont en ligne, il s'agit des coûts de conducteurs/cabiniers, électricité, maintenance et assurances
- Les **coûts indirects d'exploitation** (responsable marketing et actions de communication et de promotions) sont en dépassement de 7K€ dont 4K d'heures supplémentaires.
- Les **coûts administratifs** sont en dépassement de 28K€ du fait du recours à un directeur mis à disposition sur 2,5 mois et de la sous-estimation de la prime de départ en retraite du précédent directeur d'exploitation.

Nous constatons sur 2014, 48K€ de produits sur exercice antérieur du fait de l'annulation d'une provision passée en 2013 au titre de la Contribution Économique Territoriale pour 35K€ et de 13K€ de facturation d'électricité 2013 à Swisscom.

En conclusion nous dégageons un EBIT supérieur de 32K€ à nos prévisions budgétaires 2014

3-4/ actif du bilan de la société du Téléphérique du Salève :

Bilan Actif STS		
Year: 2014		
Société du Téléphérique du Salève	01/01/2014 Ouverture	31/12/2014 Clôture
STI_A110B Immobilisations incorporelles		
STI_A110D Amt/prov. immobilisations incorp.		
A21500 Installations tech, matériel & outillage		4
A21700 Matériel de transport		
A21800 Autres immobilisations corporelles	4	46
A23100 Immobilisations corporelles en cours		
STI_A120B Immobilisations corporelles	4	50
A28150 Amt/Prov install tech, matériel & outill.		0
A28180 Amt/Prov. autres immobilisations corp.	0	-8
STI_A120D Amt/prov. immobilisations corporelles	0	-8
STI_A130B Total immeubles de placement		
STI_A130D Total Amortissement des immeubles de placement		
STI_A140 Participations dans des entreprises associées		
STI_A150B Total Actifs financiers disponibles à la vente (non courant)		
STI_A150D Total Provision sur actifs disponibles destinés à la vente (non courant)		
STI_A160 Instruments financiers dérivés Non Courant (Actif)		
A27800B Dépôts et cautionnements versés (créances)		3
STI_A170B Autres actifs financiers Non Courants		3
STI_A170D Prov. sur autres actifs financiers Non Courant		
STI_A180 Total Impôts différés - actif		
STI_A180D Provisions sur Impôts différés actif		
NCrt_AST Actifs non courant	4	44
STI_A200B Stocks et en-cours		
STI_A200D Provisions sur stocks et en-cours		
A40910 Fournisseurs : avances & acomptes versés	8	9
A41000 Clients et comptes rattachés	12	160
A42000 Créances sur personnel & org. sociaux	1	1
A44000 Créances fiscales - hors IS	12	96
A45100 Comptes courants - actif		4
A46000 Autres créances		
A48600 Charges constatées d'avance	0	11
STI_A210B Clients et autres débiteurs	34	280
STI_A210D Provisions sur clients et autres débiteurs		
A44202 Créances liées à l'intégration fiscale CICE	15	
A44400 Etat, Impôt sur les bénéfices		
STI_A220 Créances d'impôt sur le résultat	15	
STI_A230B Actifs financiers disponibles à la vente Courant		
STI_A230D Prov. Sur actifs financiers disponibles à la vente Courant		
STI_A240 Instruments financiers dérivés Courant (actif)		
STI_A250B Autres actifs financiers Courant		
STI_A250D Prov. sur autres actifs financiers Courant		
A51000 Disponibilités	2	7
A51300 Trésorerie Active Cash Pooling	396	278
STI_A260B Trésorerie et équivalents de trésorerie	398	284
STI_A260D Provisions sur trésorerie et équivalents de trésorerie		
Crt_AST Actifs courant	447	564
AST Total Actif	451	608

Variation des immobilisations : + 46K€ : câblage 13K ; matériel informatique 7K, signalétique 10K ; annonceurs cabines 2.5K€ ; divers équipement

Analyse de l'actif circulant 564K€ soit +117K versus 2013:

- Pas de stocks
- Créances clients 160K€ (soit +148K) dont 144K de factures à établir.
- Créances fiscales 96K€ (soit +84K) : dont 80K de TVA collectée (compensée en dette fiscale)
- Trésorerie cash pool et dispo : 284K€ (soit -114K)

Charges constatées d'avance et charges à répartir (montants, natures, variation /2013) : 11K€. Dont 8.7K€ de factures Marsh et 2,2K de facture antidot.

3-5/ Passif du bilan de la société du Téléphérique du Salève

Bilan Passif STS		
	01/01/2014 Ouverture	31/12/2014 Clôture
P10100 Capital	120	120
P10600 Autres réserves et report à nouveau		46
P10601 Réserve légale		2
P12000 Résultat de l'exercice	49	107
EQU Capitaux propres	169	275
STL_P120 Subventions d'investissement		
STL_P200 Autres fonds propres		
STL_P300 Intérêts Hors-Groupe		
STL_P350 Provisions pour avantage aux salariés		
STL_P400 Provisions pour autres passifs Non Courant		
STL_P500 Dettes financières Non Courant		
STL_P550 Instruments financiers dérivés Non Courant (Pass		
STL_P600 Total Impôts différés passif		
STL_P650 Autres créditeurs		
NCrt_LIA Passifs non courant		
P15810 Autres provisions pour charges - part < 1 an		
STL_P700 Provisions pour autres passifs Courant		
P40000 Dettes fournisseurs	154	74
P40500 Dettes s/ acquis. d'actifs (courant)		3
P41910 Clients - avances et acomptes reçus		33
P42000 Dettes sociales	79	81
P44000 Dettes fiscales	31	82
P45100 Comptes courants - passif		
P46700 Autres dettes		20
STL_P750 Fournisseurs et autres créditeurs courants	264	294
P44400 Total Etat - impôts sur les bénéfices	17	19
STL_P800 Dettes d'impôts sur le résultat	17	19
P51900 Concours bancaires (trésorerie passive)	1	20
STL_P850 Dettes financières Courant	1	20
STL_P900 Instruments financiers dérivés Courant (passif)		
Crt_LIA Passifs courant	283	333
LEQ Total Passif	451	608

Passif exigible 333K€ (soit +32K) :

- Dettes fournisseurs : 74K€ (-80K€ versus 2013) dont 50K de factures non parvenues.
- Clients avances et acomptes 33K : refacturations eau et électricité à Swisscom et horizon payées mais factures de vente non comptabilisées.
- Dettes sociales : 81K€ (+2K versus 2013)
- Dettes fiscales : 82K€ (+51K versus 2013) dont 80K de TVA sur factures à établir (compensé en créance fiscale)
- Dettes d'impôts sur le résultat : 19K€ (+2K versus 2013)

Retrouvez les réclamations et les coupures de presse dans les rapports trimestriels 2014

Rapport annuel 2014 – Société du téléphérique du Salève

Rédacteur :	T. EMELIN
Référence :	STS/rapport-2014
Visa :	
Le :	23 octobre 2015

Une équipe mobilisée, à votre écoute
Rédacteurs :



TE : Thierry Emelin (Direction)
SP : Samuel Ponce (Contrôle de gestion)
AM : Alexis Malègre, (Exploitation)
PR : Patrick Roxo (Commercial, Marketing)

STS

