

## WINDSOR INFOS N°7 – juin 2019

### La lettre de l'ADOSOM (Association pour l'administration des œuvres sociales d'Outre-Mer) [www.adosom.fr](http://www.adosom.fr)

Pour toute réservation : Tel :04.92.18.82.13

Pour toute autre question, secrétariat: [president@adosom.fr](mailto:president@adosom.fr)

Chères Adhérentes, Chers Adhérents, Cher(e)s Ami(e)s,

Après 9 ans au Conseil d'administration de l'ADOSOM et 7 ans à sa Présidence, estimant tenu l'engagement pris lors de l'assemblée Générale du 13 novembre 2012, et désirant désormais récupérer un peu de temps pour me consacrer à d'autres activités et profiter davantage de ma famille (notamment de mes nombreux petits-enfants), **J'ai décidé de passer le relais à un nouveau /nouvelle Président(e)** qui sera élu(e) lors du Conseil qui suivra notre Assemblée Générale du 12 juin prochain.

#### A/ LE CONSTAT 2012<sup>1</sup>

En 2012, l'ADOSOM était en déficit depuis plusieurs années (entre 40 et 120 000 euros/an) du fait de la chute des fréquentations de Menton et de Cannes<sup>2</sup>. Les raisons principales en étaient la disparition progressive des anciens de la France d'outre-mer mais aussi le manque flagrant de communication de l'ADOSOM, tant au sein du Ministère de l'Intérieur que vers les autres ministères et **enfin une gestion atone voire défailante du Windsor**. Ces déficits et le besoin de liquidité nous avaient contraints à décider de vendre Menton en 2009 (5.6 M€).

Concernant le devenir de la résidence de Cannes, deux positions divergentes se manifestaient au sein du Conseil d'Administration (CA) d'alors :

- Certains voulaient transformer l'esprit de la résidence en se donnant la possibilité de l'ouvrir à une large clientèle **privée**, ce qui aurait imposé inéluctablement de la faire classer comme hôtel

3 étoiles (certains demandaient même un classement en 4\* !!) ;

- D'autres pensaient qu'il était possible de concilier une gestion sans déficit, **l'esprit social** de l'ADOSOM – ce qui veut dire maintien des tarifs - et l'ambiance « pension de famille » de la résidence.

En fait, si ouvrir la résidence au privé pouvait permettre d'espérer une augmentation du nombre de nuitées -ce qui n'était même pas certain vu la concurrence hôtelière à Cannes- il aurait fallu pour cela donner à la résidence, devenue « hôtel », des caractéristiques au moins équivalentes à un 3 étoiles : tant en matière de qualité des équipements que des prestations offertes (ouverture de l'accueil sur des plages horaires plus importantes, équipements nouveaux dans les chambres, élargissement des horaires des repas et passage aux menus « à la

<sup>1</sup> Rappel du document envoyé aux adhérents en novembre 2012

<sup>2</sup> Cannes : passage de 20.000 « nuitées » dans les années 50 à 10.000 dans les années 90 et 8.000 depuis 2005.

carte », etc...). Cela aurait induit des **dépenses supplémentaires** tant en investissement<sup>3</sup> qu'en fonctionnement. **Et nous aurions dû nous plier aux desiderata d'une clientèle pour laquelle l'histoire, l'ambiance et la tradition de la résidence de Cannes ne compteraient pas.** Nous aurions également perdu les avantages liés au statut d'association (non assujettissement à la TVA, etc...).

**Quant à nous**, il nous semblait préférable de conserver l'esprit social, familial et « traditionnel »,

MAIS en **modernisant** (choix judicieux des travaux à réaliser), en **rentabilisant** la résidence (relance des anciens adhérents, prospection d'une nouvelle clientèle compatible avec l'esprit de l'association et du lieu et en lien avec les autres ministères), en **recadrant et en redynamisant** la gestion du Windsor, et en **décidant** de conserver une trésorerie suffisante pour préserver l'avenir. Notre pari était que la situation bénéficiaire des années 80 pouvait être facilement retrouvée et que les 40% de nuitées supplémentaires nécessaires étaient à notre portée.

Concernant le fonctionnement de l'association, nous constatons depuis plusieurs années un réel manque de communication, de transparence et de démocratie, manques qui s'exprimaient principalement au sein du Conseil d'Administration, ce qui interdisait une marche sereine, responsable et dynamique de l'ADOSOM.

## **B/ LES PROPOSITIONS DE LA NOUVELLE EQUIPE ELUE EN 2012**

La nouvelle équipe élue en 2012 a proposé les mesures suivantes :

### **1/ pour l'ADOSOM**

#### **Information- participation-démocratie :**

- Améliorer l'information vers les adhérents (lettre d'information régulière, diffusion des comptes rendus d'Assemblées Générales (AG), réunions mensuelles organisées à Cannes de juin à septembre entre les administrateurs présents et les adhérents) ;
- Faire mieux fonctionner le CA (meilleure information de ses membres, réunions plus fréquentes, débats et échanges par mail, etc.).

#### **Équilibre des comptes :**

Pour arrêter la perte chronique d'argent (qui nous aurait amenés rapidement à la fermeture du Windsor, à sa vente et à la dissolution de l'ADOSOM), il fallait impérativement baisser les dépenses et augmenter les recettes tant au siège qu'au Windsor. Pour ce faire, la nouvelle équipe proposait de :

- Placer sur un long terme une partie de la vente de Menton (1.8M€) pour se garantir une rentrée d'argent annuelle (comblant une partie du déficit) ;
- Augmenter la clientèle et pour cela ouvrir l'ADOSOM à tous les fonctionnaires de la fonction publique et aux personnes en lien avec l'outre-mer ;

---

<sup>3</sup> Pour un 3-4\*, les dépenses prévues auraient conduit à consommer, à terme, la quasi-totalité des 5.6 M€ pour rester compétitif avec la concurrence locale.

- Mener parallèlement une large politique de communication sur l'ensemble de la fonction publique et ses associations d'œuvres sociales ;
- Relancer tous les ans, début janvier, les adhérents pour qu'ils renouvellent leur cotisation ;
- Avoir un site Internet digne de ce nom.

## **2/ pour LE WINDSOR**

- Ne pas l'ouvrir au privé (sauf marginalement) et donc ne pas le faire classer en hôtel et rester en 5ème catégorie (moins de 100 personnes) ce qui impose moins de contraintes réglementaires ;
- Réaliser les travaux obligatoires (mise aux normes handicapés et sécurité incendie) et les travaux de remise en état (toiture, chauffage etc...) ;
- Avec les sommes restantes, améliorer le confort et l'aménagement des chambres, en priorité celles du Nord, tout cela sans dépenses ostentatoires et en gardant l'esprit du bâtiment.

C'est sur ce programme ambitieux que la nouvelle équipe a été élue à l'Assemblée Générale du 13 novembre 2012 et qu'elle s'est engagée à mettre en œuvre les mesures correspondant à sa profession de foi.

<b>C/ BILAN 2012 – 2019</b>
-----------------------------

Le bilan de ces 7 dernières années est le suivant :

### **1/ pour l'ADOSOM et le siège**

#### **Information-participation-démocratie :**

- Un site Internet a été réalisé dès 2013 ([www.adosom.fr](http://www.adosom.fr)) où les adhérents peuvent trouver toutes les informations concernant l'ADOSOM (statuts, rapports moral et financier, compte-rendu des assemblées générales, tarifs, offres spéciales, photos, lettre d'information...) ;
- De nombreux méls sont envoyés dans l'année pour informer les adhérents des offres spéciales ou autres informations (95% de nos adhérents ont internet et l'envoi se fait par courrier pour les 5% restants) ;
- Le Président a tenu systématiquement des réunions avec les adhérents présents lors de ses venues à Cannes ;
- Le fonctionnement du CA s'est fortement amélioré tant du fait des réunions à Paris que des nombreux échanges de méls entre administrateurs.

#### **Équilibre des comptes :**

- Le montant de la vente de Menton a été placé (puis partiellement consommé au fur et à mesure de la réalisation des travaux) ce qui a permis de récupérer 167k€ d'intérêts nets de placement en 8 ans ;
- Sur le siège, des économies ont été recherchées sur tous les postes budgétaires (assurances, expertise comptable...gain : 20k€/an) et en matière de personnel (suppression du secrétariat parisien : gain 60k€/an) sans diminuer le service rendu aux adhérents ;

- Une modification des statuts a été votée en 2013 pour ouvrir l'ADOSOM à tous les fonctionnaires et contractuels des 3 fonctions publiques ;

- Une communication intense a été faite auprès de l'ensemble de la fonction publique et ses associations d'œuvres sociales ainsi que vers des associations avec lesquelles des partenariats pouvaient être signés : cela a permis la signature de conventions avec 16 associations nationales ;

- Les adhérents ont été régulièrement relancés pour le renouvellement de leur cotisation (laquelle a été baissée de 30 à 20 € pour ne pas pénaliser ceux qui venaient sur de courtes périodes à Cannes).

## **2/ pour le Windsor**

### **Les travaux :**

#### **2013- 2014<sup>4</sup> :**

Ont été effectués les travaux suivants :

- Mise aux normes (handicapés, incendie, électricité, sécurité, sanitaires, cuisine, etc...),  
- Remise en état de la toiture, chauffage central, façade Ouest, fenêtres Nord, Voiries et Réseaux Divers, Eaux usées, parking nord, climatisation des deux salles à manger et des chambres PMR,

- Réfection de la totalité des chambres Nord, du bar et des couloirs ;

- Réfection de la grande salle à manger et de la cuisine.

Ces travaux ont représenté 2.976.000 €.

#### **2015 (fermeture janvier-mars):**

- Réfection des chambres Sud (parquet, têtes de lit, placards, peinture, literie, décoration, etc..., - les salles de bain n'ont pas été refaites car il a été jugé que leur état ne le justifiait pas) ;

- Réfection des mobiliers du rez-de-chaussée ;

- Mise en place de la décoration des couloirs et des chambres (tableaux, affiches etc...).

Ces travaux ont représenté 556.000 €.

#### **2016 :**

- Mur de soutènement du vallon et réfection du parking Sud (suite aux crues d'octobre 2015) ;

- Réfection de la façade Sud ;

- Abattage des palmiers (suite maladie du charançon).

Ces travaux ont représenté 170.000 €.

#### **2017 :**

- Façade Est ;

- Réfection des chaussées et des caniveaux ;

- Réfection de la passerelle donnant accès à la salle de bridge.

Ces travaux ont représenté 108.000 €.

---

<sup>4</sup> Les études préalables aux gros travaux ont été engagées dès 2012 et le chantier a débuté en octobre 2013 pour se poursuivre jusqu'à début mai 2014

## **2018 :**

- Fin de la réalisation du mur de soutènement du vallon ;
- Entretien - rénovation du parc ;
- Etanchéité de la toiture de la passerelle ;
- jardin (piste de danse).

Ces travaux ont représenté 181.000 €.

## **2019 (fermeture janvier-mars) :**

- Façade nord,
- Climatisation des chambres et du rez-de-chaussée.

Ces travaux ont représenté 323.000 €.

**Plus de 4.3M€<sup>5</sup>** ont ainsi été dépensés de 2013 à 2019 pour mettre aux normes le Windsor, lui redonner l'allure qu'il avait dans les années 30 et y intégrer intelligemment et précautionneusement la modernité indispensable de nos jours.

Les travaux ont été globalement bien réalisés nonobstant quelques contentieux et malfaçons (peintures) ou mauvais choix.

## **Et après ?**

Tous les gros travaux à réaliser sont désormais achevés. Ne restera plus chaque année qu'à réaliser l'entretien courant du bâtiment et de ses annexes, soit de l'ordre de **50.000€ pris en charge, comme depuis 2014, par l'exploitation de Cannes.**

## **Augmentation de l'activité et redressement des comptes**

Au Windsor nous nous sommes séparés fin 2013 de l'ancienne équipe (qui refusait le passage à l'annualisation du temps de travail permettant de réguler sur l'année les hauts et bas d'une activité touristique) et avons embauché M. Saez qui nous semblait, de par son expérience et son profil, à même de redresser la barre ce qu'il a brillamment réussi en proposant au Conseil d'Administration:

- La baisse des dépenses par la renégociation de tous les contrats et avec les fournisseurs pour tirer les meilleurs prix possibles tout en améliorant la qualité des prestations fournies,
- La suppression de quelques prestations (petit-déjeuner en chambre, ménage le dimanche) sans diminuer le niveau de service aux adhérents,
- Une augmentation des tarifs des chambres Nord sur la période 2012-2019, tenant compte de l'amélioration considérable des prestations offertes mais restant raisonnable pour maintenir la vocation sociale de l'Association (on constate ainsi en 2019 la venue d'un pourcentage important de catégories C et B),
- Des prix entre 2012 et 2019 en légère baisse en basse saison, et stables en moyenne saison,
- Une augmentation en moyenne de 6-8% en haute saison pour les chambres Sud,
- Et enfin une gestion professionnelle rigoureuse, réglementaire et dynamique de l'établissement.

Parallèlement la communication développée tant par le Conseil, par le biais en particulier des partenaires et leurs revues et le bouche à oreille, que par M Saez localement, a permis un

---

<sup>5</sup> Voir « la lettre d'information d'avril 2017 » pour les photos avant-après  
<http://www.adosom.fr/fr/lettres-d-information>

**quasi-doublément en 5 ans du nombre de nuitées (passage de 6.497 en 2014 à 12.630 en 2018) et une baisse de 13.6% du prix de revient à la nuitée (-20% en euros constants).**

**Toutes ces actions ont permis, fin 2018, un bilan positif pour l'exploitation de Cannes (hors dotation aux amortissements) de +104k€, après une année 2017 déjà positive à +34k€.**

## **D/ QUEL AVENIR POUR L'ADOSOM ET LE WINDSOR**

**Le pari du renouveau a été gagné. Il convient de s'assurer de sa pérennité.**

Si les adhérents sont venus de plus en plus nombreux, et s'ils reviennent à 95%, c'est parce que nous avons su **garder au Windsor sa spécificité : être une résidence associative, à vocation sociale, riche en même temps d'un passé, d'une tradition, d'une histoire** et pour cela des adhérents qui se sentent copropriétaires d'une mémoire collective séculaire et aussi d'un bâtiment habité par des souvenirs pour beaucoup des familles qui y sont venues et y reviendront avec les générations suivantes.

Cela nous impose des choix et des obligations afin de maintenir :

- d'une part, un esprit associatif, différent de l'esprit commercial (nous n'avons pas vocation à être un « hôtel privé » 3 ou 4 étoiles),
- d'autre part, une certaine tenue dans la lignée de notre tradition (nous n'avons pas vocation à nous transformer en « banal » centre de vacances).

### **1/ Prestations :**

Nos prestations s'inscrivent dans notre désir de gestion « responsable » assurant l'équilibre des comptes, en conciliant le plus juste prix, et la meilleure qualité.

1 : L'obligation de maintenir des tarifs raisonnables nous impose d'être attentifs à nos dépenses, et de ce fait proposer des prestations plus limitées que celles d'un hôtel (heures d'ouverture de l'accueil, du bar, pas de ménage le dimanche, menus fixes, petit déjeuner sans excès...).

Toutefois, cela ne peut signifier un relâchement de la qualité du service sur les points que nous jugeons importants (prestations aux adhérents, la propreté et l'entretien des chambres, restauration simple, de qualité, bien présentée). Ces deux points sont essentiels, car ils sont un élément important de notre image.

2 : Puisque notre statut nous dispense de rechercher à tout prix la rentabilité, nous pouvons nous dispenser de nous imposer un taux plein de remplissage tous les mois. Il suffit d'équilibrer annuellement les comptes, en trouvant par exemple un équilibre entre les périodes de taux plein et celles moins remplies, plus calmes, « plus qualitatives » où les adhérents peuvent venir quand ils veulent et le nombre de jours qu'ils veulent (ne pas généraliser les séjours "samedi-samedi").

## 2/ Bâtiment et parc :

Ils sont un des atouts de notre résidence, et appréciés par tous.

Le bâtiment a été entièrement rénové et doit être régulièrement entretenu (y compris par les adhérents qui, copropriétaires, doivent veiller à ne pas le dégrader).

Bien entendu, l'esthétique du bâtiment (18<sup>ème</sup> siècle et années 30) doit être respectée, avec une décoration simple et de bon goût.

Le parc doit être préservé dans sa globalité (car c'est lui qui donne au lieu ce calme rare) sachant que des promoteurs nous verraient bien en vendre une partie ! L'entretien du parc sera l'action prioritaire 2019-2020.

Et bien sûr pas de piscine !

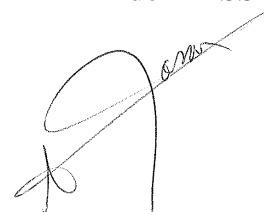
## 3/ Rapports avec les adhérents :

Il faut rappeler que « les clients » de l'ADOSOM sont des **adhérents**, et de ce fait sont « impliqués » dans la vie de l'association. Si les anciens adhérents en sont conscients, les nouveaux ne le sont pas toujours, mais ils se révèlent capables d'assimiler assez vite le message, d'apprécier la qualité originale de notre offre et de la propager autour d'eux.

La transmission doit continuer sans relâche et être portée par tous : le directeur de l'établissement, le personnel, les membres du CA quand ils en ont l'occasion (surtout en venant sur place) et bien sûr le Président.

En conclusion, je voulais remercier tous ceux qui m'ont aidé dans la dure mais passionnante tâche de Président : les administrateurs, le directeur M SAEZ, le personnel du Windsor, les partenaires et enfin vous, les adhérents, qui nous faites confiance en revenant année après année et savez parler de l'ADOSOM et du Windsor autour de vous lui garantissant ainsi une longue et belle vie !

Le Président  
Aldo MASSA



3 juin 2019