

Délégation de Service Public relative à l'organisation et l'exploitation du Salon nautique MPM

SYNTHESE DU RAPPORT DU DELEGATAIRE

La SAFIM a remis son rapport annuel du délégataire 2010 relatif à l'organisation et l'exploitation du Salon nautique MPM.

Celui-ci se décompose en quatre parties ci-après exposées :

I/ Préparation et déroulement du Salon

- Communication

La collectivité délégante est à l'initiative de la communication du salon : création d'une nouvelle identité visuelle « les Nauticales », relations presse et service presse.

Le délégataire prend à sa charge le coût du plan média : 238 255 euros ; ainsi que les opérations hors média : street marketing, cart'com, jeu concours la provence, site internet. La version anglais du site internet, tel que cela été prévu contractuellement, et compte tenu des délais, n'a été pas été réalisée mais devrait l'être l'année prochaine.

- La commercialisation et les partenariats

Le délégataire a accueilli plus de 300 bateaux à terre et 170 à flot, ce qui a représenté un chiffre d'affaires de 389 150 euros HT.

Les surfaces commercialisées à terre ont été étendues, soit 8 000 m2 en tout (hors village des associations).

Chiffre d'affaires des stands couverts :	127 020	euros HT
Chiffre d'affaires club et associations :	5 200	euros HT
Chiffre d'affaires partenariats :	31 541,80	euros HT

Le délégataire n'a pas renouvelé le partenariat CEPAC (Caisse d'Epargne Provence Alpes Corse).

- Aménagements du Salon

9 000 m2 d'espaces nus pour l'exposition à terre
880 m2 de pannes et quais pour l'exposition à flot
125 structures pour l'exposition sous chapiteau

250 bateaux de plaisanciers ont été déplacés et accueillis dans les ports voisins

Le poste convoyage a subi une augmentation importante par rapport au prévisionnel : + 22 % en raison de la perte de 21 places disponibles à la SEMIDEP.

La commercialisation du Salon a généré un chiffres d'affaires supérieur au prévisionnel (+ 17 %).

- Répartition des entrées
 - 61 % d'entrées gratuites
 - 31 % d'entrées payantes
 - 6 % d'invitations achetées par les exposants
- Animation

Budget des animations : 39 886 euros

Bac tactile, le colomus (bateau WWF), village de la glisse, sorties en mer, ateliers enfants, conférences et projection, mini sailing, maquettes de la Marine Nationale, etc ...

Malgré les animations affichées par le délégataire, le programme doit être amélioré et davantage diffusé auprès du grand public. C'est notamment une des attentes du public sondé. Les animations affichées par le délégataire pour la mise en place de la DSP, ont satisfait seulement une partie du public sondé. La SAFIM propose, pour le prochain salon, des améliorations allant dans le sens de la satisfaction du public.

II/ Bilan qualitatif

L'enquête de satisfaction auprès des visiteurs démontre que la nouvelle dénomination du Salon : Les Nauticales, est un vrai succès.

De même, 93 % des visiteurs ont exprimés un taux de satisfaction globale sur le Salon.

En revanche, le public est très critique en ce qui concerne les accès du Salon (parking et navettes), le prix d'entrée et le prix de la restauration.

III/ Bilan financier

C'est la première édition organisée dans le cadre de la délégation de service public confiée à la SAFIM.

La contribution forfaitaire de la Communauté urbaine Marseille Provence Métropole s'élève à 426 645 euros HT versée au délégataire au titre de l'édition 2010.

Les recettes du délégataire sont composées du chiffres d'affaires commercialisation emplacements et partenariat, du chiffre d'affaires billetterie et de la contribution MPM.

Le compte d'exploitation fait apparaître un léger déficit de 77 873,15 euros HT, lequel devrait disparaître lors du prochain salon.

IV/ Conclusion et propositions

Le délégataire propose plusieurs pistes d'amélioration pour 2011 :

- Augmenter la fréquentation du Salon en agissant sur le tarif des entrées et les partenariats,
- Améliorer l'architecture et les aménagements du Salon,
- Enrichir la vie du Salon.

Conclusion générale sur l'exploitation – édition 2010

Si les Nauticales 2010 ont été un succès, il n'en demeure pas moins que le résultat net de la délégation de service public affiche un léger déficit. L'équilibre du contrat est donc à surveiller particulièrement. Les pistes dégagées pour augmenter la fréquentation du Salon, notamment le levier des partenariats, sont intéressantes et permettraient de résorber le déficit sur les prochaines éditions.

Par ailleurs, le délégataire doit apporter des améliorations qualitatives sur la signalétique, l'animation et l'aménagement global en y intégrant de manière significative l'autorité délégante.