

**COMMUNAUTÉ URBAINE
MARSEILLE PROVENCE METROPOLE**

**COMMISSION CONSULTATIVE
DES
SERVICES PUBLICS LOCAUX**

EXTRAIT

**PROCES-VERBAL DE LA SÉANCE
DU 5 OCTOBRE 2011**

COMMISSION CONSULTATIVE DES SERVICES PUBLICS LOCAUX

Séance du 5 octobre 2011 à 16 heures 30.

Sous la présidence de Monsieur Bernard MOREL,
Vice Président de la Communauté urbaine

Etaient présents :

Monsieur Bernard MOREL
Monsieur Philippe MONTGUERS
Monsieur Gilbert VEYRIE
Monsieur Jean BERNARD
Monsieur Antoine LORENZI Suppléant de Monsieur Pierre SEMERIVA
Monsieur Henri RUGGERI
Monsieur Henri MATTEI
Monsieur Albert GUIGUI

Etaient absents et excusés :

Madame Monique CORDIER
Monsieur Jean-Robert CHARPENTIER
Monsieur Alain CROCE

Assistaient en outre à la réunion :

Madame Anne-Marie QUEYREL – Directeur des Affaires Juridiques
Monsieur Eric ANGELICA – Directeur de la Communication
Madame Pascale GUERY – Direction de la Communication
Madame Jennifer MICHELANGELI – Collaborateur de Cabinet
Madame Christine LAVIOLETTE – Directeur des Ports
Madame Laurence MAGNIEN – Direction des Ports
Madame Alice DERDERIAN – Direction de l'Eau et de l'Assainissement

(La séance est ouverte à 16 heures 30.)

Monsieur le PRESIDENT.- Bonjour à tous. Le quorum étant atteint je vous propose d'aborder l'ordre du jour par l'approbation du procès-verbal de la séance précédente.

1.- Approbation du procès-verbal de la séance du 29 juin 2011

Monsieur le PRESIDENT.- Y a-t-il des observations ?

Monsieur VEYRIE.- Une coquille page 9 : « Une pollution en pesticides (guifo apte ?) de la zone commerciale de Plan-de-Campagne » ; il faut lire « glyphosate ».

Avec cette modification, le procès-verbal est adopté à l'unanimité

2.- Examen des rapports présentés à la séance du Conseil de Communauté du 21 octobre 2011

Organisation et exploitation du Salon Nautique Provence Métropole en 2013, 2014 et 2015 – Approbation du principe d'une Délégation de Service Public.

La parole est donnée à Monsieur Eric ANGELICA, Directeur de la Communication

Monsieur ANGELICA.- Bonjour.

Quelques chiffres sur l'exploitation du dernier Salon Nautique : 213 exposants et un peu plus de 30 000 visiteurs pour l'édition 2011, malgré les intempéries.

La mission de la SAFIM prenant fin en 2012, il s'agit de relancer une DSP pour 2013, 2014 et 2015 sur le modèle de ce que nous avons fait en 2009.

Monsieur le PRESIDENT.- La reconduction aura donc lieu au 31 juillet 2012 ?

Monsieur ANGELICA.- Absolument.

Monsieur le PRESIDENT.- Pourquoi la fait-on si tôt ?

Madame GUERY.- Les délais de procédure pour l'attribution de la nouvelle Délégation de Service Public nous imposent de commencer la procédure avant la fin de l'édition 2012.

Monsieur le PRESIDENT.- La fois précédente, c'était pour deux ans ?

Madame GUERY.- C'était deux ans et sept mois car cela cadrerait avec la dernière édition 2012 qui s'achève le 31 juillet.

Monsieur le PRESIDENT.- Avez-vous des questions à poser sur cette Délégation de Service Public ?

AVIS FAVORABLE A L'UNANIMITE SUR LE PRINCIPE D'ADOPTER UNE DELEGATION DE SERVICE PUBLIC TELLE QUE PRESENTEE AU RAPPORT JOINT.

Monsieur le PRESIDENT.- On peut essayer de le faire. La vraie question qui se pose est de savoir pourquoi la Communauté urbaine doit prendre les investissements les plus lourds, alors que l'on ne laisse pas les investissements les plus lourds à la Société des Eaux de Marseille.

Je pense que c'est une bonne réflexion à avoir pour la prochaine délégation.

Monsieur BERNARD.- L'autre fois, nous avons calculé qu'il fallait 100 ans pour remplacer toutes les canalisations qui durent 30 ans.

Monsieur le PRESIDENT.- Qui sont garanties 30 ans ! Vous exagérez, c'est injuste ! J'avoue que j'emploierais l'argument.

Je mets au vote l'actualisation des tarifs communautaires de l'eau et de l'assainissement, tel que cela a été expliqué.

Monsieur GUIGUJ.- Avec les modifications de présentation.

Monsieur le PRESIDENT.- Oui.

AVIS FAVORABLE A L'UNANIMITE

(La séance est levée à 17 heures 50).

COMMUNAUTÉ URBAINE
MARSEILLE PROVENCE METROPOLE

**COMITE TECHNIQUE
PARITAIRE**

EXTRAIT

**PROCES-VERBAL DE LA SÉANCE
DU JEUDI 29 SEPTEMBRE 2011**

Sous la présidence de Monsieur Robert MALATESTA

- Etaient présents avec voix délibérative :

REPRESENTANTS DE LA COMMUNAUTE URBAINE

* Elus communautaires :

- Mme Michèle GUEYDAN
- M. Christophe LOPEZ
- Mme Jacqueline DURANDO
- M. Alexandre BIZAILLON
- M. Bernard MOREL
- Mme Marie-Madeleine PANCHETTI

* Administration :

- M. Joël RAFFIN

- Etaient excusés :

* Elus communautaires :

- M. Joël DUTTO

* Administration :

- M. Jean-Marc MERTZ

REPRESENTANTS DU PERSONNEL

- M. Alain NOBILI (F.O.)
- M. Patrice AYACHE (F.O.)
- M. Daniel PITROIS (F.O.)
- M. Luc VEGLER (F.O.)
- M. Philippe DEL SANTO (F.O.)
- Mme Muriel GIANNATASIO-DONZELLI (F.O.)
- M. Roger AYMARD (S.D.U. 13 -F.S.U.)
- Mme Nathalie SIMON (S.D.U. 13 -F.S.U.)

- Etaient présents sans voix délibérative :

* Représentants du Personnel :

- M. Jean-Marc BOYADJIAN (F.O.)
- Mme Annie DEL CISTIA (S.D.U. 13 -F.S.U.)
- M. Franck FILLAT (F.O.)

- Etaient excusés :

* Représentants du Personnel :

- Mme Valérie BUES (F.O.)
- M. Patrick GIDDE (F.O.)

- Participaient également en qualité d'experts:

- M. Etienne CAPUTO, Directeur de Pôle Eau et Equipements Communautaire
- M. Fabrice BARDISA, Directeur de la Propreté Urbaine
- Mme Chantal ESCOFFIER, Directeur du Recrutement de l'Emploi et de la Formation
- M. Frédéric ZIOLKOWSKI, Directeur de la Santé et de la Sécurité au Travail
- M. Jean-Luc TARREGA, Chef de Service Carrières
- Mme Florence PAGANI, Chef de Service Veille Statutaire et Gestion du Temps
- Mme Pascale GUERY, Responsable de la Division Juridique de la Direction de la Communication
- Mme Jennifer MICHELANGELI, Conseiller Technique au Cabinet du Président
- M. Michel RICCIO, syndicat Force Ouvrière

- Assistaient également à la réunion :

- Mme Christine ARGENT, Directeur de Pôle Ressources Humaines
- Pascal SABATIER-RAFFIN, Directeur de la Gestion Administrative du Personnel
- Mme Nathalie PERRIN, Directeur Adjoint de la Direction de la Gestion Administrative du Personnel
- Mme Martine VOIRIER, responsable de la Division Relations Sociales
- Mlle Emmanuelle DAHAN, gestionnaire de la Division Relations Sociales
- Mme Amélie RIGOTTI, sténotypiste

(La séance est ouverte à 9 heures 10.)

Monsieur LE PRESIDENT.- Mesdames et Messieurs, nous allons pouvoir commencer. Je vous rappelle de bien vouloir avoir la gentillesse de parler dans vos micros tout d'abord, pour la bonne compréhension de nos débats et pour penser à celle qui, avec beaucoup de talent, prend note de ce que nous disons.

(S'adressant à la sténotypiste) J'en profite pour vous remercier, vous et vos collègues, pour l'excellence de votre travail. Les procès verbaux sont en général assez fidèles à ce que nous disons et même très fidèles.

Tout en vous souhaitant la bienvenue, j'ai deux ou trois choses à caractère général à dire. Je remercie tous les élus pour leur présence, à la fois les élus du personnel et les élus de la Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole car les emplois du temps sont très chargés. Moi-même, j'ai aujourd'hui trois réunions : une en mairie, une dans une grande institution et une ici.

Nous avons tous des emplois du temps très chargés et un certain nombre de nos collègues ont des difficultés à être en deux ou trois endroits en même temps. Cependant, le C.T.P. reste une ardente obligation donc il faut que nous soyons là – je m'adresse aux élus de la Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole. Je remercie donc ceux qui sont là aujourd'hui, d'autant que certains d'entre eux ne pourront être là qu'en début de séance.

Je vais essayer moi-même d'être bref, comparé à la longueur de mes interventions habituelles. Quand je prends connaissance de mes interventions, je me dis : comment peux-tu être si long ? Mais je me dis aussi que les revendications et les questions des syndicats et des représentants du personnel sont tellement longues que parfois, je me pardonne d'être aussi long.

Donc si nous arrivons, les uns et les autres, à être plus concis, nous gagnerons du temps et peut-être que cela permettra à tout un chacun de bien exercer son mandat.

J'ai une information à vous donner, que certains d'entre vous connaissent déjà. Des modifications au niveau de la composition de notre C.T.P. ont été faites.

Le Président Eugène Caselli ne siègera plus au C.T.P. Il n'a jamais siégé puisque j'étais son suppléant. Donc, c'est moi-même, Robert Malatesta, qui assumerai la présidence du C.T.P. L'arrêté a été pris.

M. Bernard Morel a accepté d'être mon suppléant. J'en suis très honoré. Lorsque le Directeur de Cabinet m'a fait cette proposition, je lui ai demandé si M. Morel était d'accord et il m'a répondu qu'il l'était. Donc merci Bernard. Ce sera donc M. Morel qui présidera si, ce que je ne souhaite pas, il m'arrivait d'être absent.

Mme Michèle Gueydan est désignée en lieu et place du Président Eugène Caselli.

M. Jean-Marc Mertz, le Directeur Général Adjoint des Services Urbains de Proximité, n'est pas présent aujourd'hui car il est sur le terrain, mais il remplace M. Denis Corget qui nous a quittés, en qualité de suppléant de M. le Directeur Général des Services, Joël Raffin.

Voici donc la nouvelle composition du Comité Technique Paritaire que je me devais de porter à votre connaissance. L'arrêté a été signé le 28 septembre 2011 par M. le Président Eugène Caselli.

Ayant dit cela, il m'est possible maintenant de vérifier si nous avons le quorum.

(Monsieur le Président procède à l'appel nominal).

Monsieur LE PRESIDENT. - Nous avons le quorum.

1- APPROBATION DU PROCES-VERBAL DE LA SEANCE DU 5 JUILLET 2011

Monsieur LE PRESIDENT. - Nous passons à l'approbation du procès verbal de la séance du 5 juillet 2011. Y a-t-il des corrections, des amendements, des observations ?

(Il n'y a pas d'observation.)

Monsieur LE PRESIDENT. - Le procès verbal de la séance du 5 juillet 2011 est approuvé à l'unanimité.

APPROBATION DU PROCES VERBAL DU MARDI 5 JUILLET 2011 A L'UNANIMITE

Mme Gueydan est nommée secrétaire, M. Ayache est nommé secrétaire-adjoint.

- Direction de la Communication (D.C.O.M.)

• Délégation de Service Public (D.S.P.) en vue de l'organisation et de l'exploitation du Salon Nautique Marseille Provence Métropole en 2013, 2014, 2015.

Madame MICHELANGELI.- Nous n'avons pas entendu les questions ou les remarques puisque nous venons d'arriver, je vous propose de présenter tout d'abord le dossier et de répondre aux questions ensuite.

Madame GUERY.- Il s'agit du renouvellement de la Délégation de Service Public en vue de l'organisation et de l'exploitation du Salon Nautique de Marseille Provence Métropole à La Ciotat. Actuellement, le Salon Nautique est exploité par le délégataire, la SAFIM. La convention s'achève en juillet 2012 donc, il s'agit là de proposer le principe de renouvellement de cette délégation qui fonctionne bien.

Monsieur LE PRESIDENT.- Monsieur Caputo, vous pouvez répondre à la question de M. Vegler.

Monsieur CAPUTO.- Pour répondre à la remarque de Luc Vegler sur le partage des compétences, je dirais que l'on est typiquement dans une prestation à la fois commerciale, on a une opération commerciale d'intérêt général puisque cela participe au rayonnement de la Communauté Urbaine et sur une partie commercialisation qui est plus dans les compétences d'un opérateur extérieur.

Par contre, nous gérons ce qui relève de notre compétence à savoir la partie portuaire stricto sensu, et il n'est pas question de la perdre aussi bien dans la délégation actuelle que dans la prochaine. Il y a donc nulle inquiétude à avoir sur la participation du personnel communautaire.

Monsieur LE PRESIDENT.- Est-ce que les partenaires qui siègent sont rassurés ?

(Il n'y a pas d'observation)

Je mets aux voix le rapport.

Avis sur le rapport : DEFAVORABLE

Représentants de la Collectivité : 7 voix pour

Représentants du Personnel :

FO : 6 voix contre

SDU : 2 voix contre

(Départ de Mmes Michelangéli et Guéry)

concertation avec les personnels et notre organisation, n'ont aucune objection à soulever.

En revanche, les élus rappellent les revendications des agents que le Syndicat Force Ouvrière a porté au Directeur Général des Services à savoir qu'une indemnisation substantielle soit versée aux agents qui sont amenés ainsi à se déplacer et à quitter leur commune de rattachement contrairement aux accords contenus dans le protocole des transferts de 1^{er} rang.

Monsieur LE PRESIDENT.- Nous en prenons acte et les services regarderont ce point et vous tiendront informés de la suite à donner à cette question pertinente.

Merci à tous, bonne journée, bon travail et bon débat.

(La séance est levée à 11 heures 30)

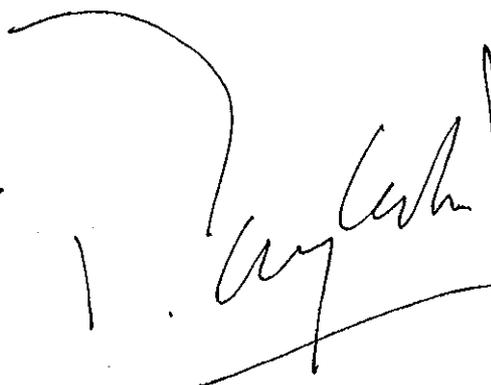
Le Secrétaire,

Le Secrétaire Adjoint,

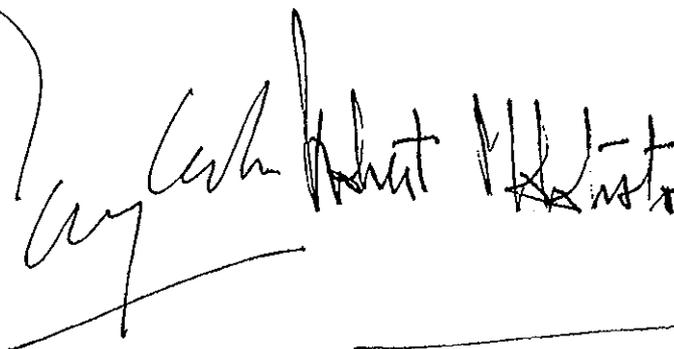
*Le Président
du Comité Technique
Paritaire*



Michèle GUEYDAN



Patrice AYACHE



Robert MALATESTA



**DELEGATION DE SERVICE PUBLIC
POUR L'ORGANISATION ET L'EXPLOITATION DU SALON NAUTIQUE
MARSEILLE PROVENCE METROPOLE EN 2013, 2014 et 2015.**

**RAPPORT DE PRESENTATION
DU PRESIDENT DE LA COMMUNAUTE URBAINE
MARSEILLE PROVENCE METROPOLE**

AU CONSEIL DE COMMUNAUTE

(Article L.1411-5 du Code Général des Collectivités Territoriales)

1 - OBJET DU RAPPORT

Le présent rapport est établi en application de l'article L.1411-5 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Il a pour objet :

- de rendre compte du déroulement de la procédure de consultation qui a été mise en œuvre en application des articles L.1411-1 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales,
- de présenter les motifs du choix du candidat retenu au terme des négociations,
- d'exposer l'économie générale du contrat de délégation de service public.

Le présent rapport comporte en annexe :

- le procès-verbal de la Commission de délégation de service public en date du 14 décembre 2011 aux termes duquel la Commission a statué sur la candidature enregistrée,
- le procès-verbal de la Commission de délégation de service public en date du 11 avril 2012 aux termes duquel la Commission a formulé son avis sur l'offre reçue.

2 - DEROULEMENT DE LA PROCEDURE DE MISE EN CONCURRENCE

La procédure suivie pour la délégation de service public est celle définie par les articles L. 1411-1 et suivants et R. 1411-1 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales .

Le Conseil de Communauté de la Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole a décidé par délibération n° 001-689//11/CC en date du 21 octobre 2011 de déléguer l'organisation et l'exploitation du Salon Nautique Marseille Provence Métropole pour les années 2013-2014-2015, dans le cadre d'un contrat d'affermage.

Un avis d'appel public à la concurrence a été envoyé à la publication le 18 octobre 2011 dans le journal d'annonces légales la Provence et dans la revue spécialisée le Moniteur des Travaux Publics, fixant la date limite de réception des candidatures au 5 décembre 2011 à 16H 30.

Un seul candidat a présenté sa candidature : le groupement GRAND PAVOIS / SAFIM.

La commission de délégation de service public s'est réunie le 7 décembre 2011 et a procédé à l'ouverture des enveloppes contenant le dossier de candidature. Au sein du groupement, l'association GRAND PAVOIS se présente en qualité de mandataire du groupement.

Lors de sa séance du 14 décembre 2011, la commission de délégation de service public a examiné la candidature du groupement GRAND PAVOIS / SAFIM et a admis le candidat à présenter une offre.

Un dossier de consultation a donc était envoyé au candidat le 11 janvier 2012, la date limite de réception de l'offre étant fixée au 28 février 2012.

Dans sa séance du 29 février 2012 la Commission de délégation de service public a procédé à l'ouverture de l'offre remise par le candidat Grand Pavois /SAFIM. Après avoir vérifié le contenu de l'offre, la Commission a suspendu ses travaux pour procéder à son analyse .

Lors de sa séance en date du 11 avril 2012, la Commission de délégation de service public a analysé l'offre et a émis un avis favorable à l'engagement des discussions avec le candidat. Les observations et l'avis de la Commission sur cette offre sont consignés dans le procès-verbal annexé au présent rapport.

Suivant l'avis de la Commission, j'ai décidé d'engager les discussions avec le candidat.

Par courrier en date du 18 avril 2012, j'ai invité le groupement à participer à une première réunion de négociation le 26 avril 2012.

Par un arrêté en date du 24 avril 2012 n°12/111/CC, j'ai délégué au Vice-président François- Noël BERNARDI la mission d'assurer le suivi de ces discussions.

COMPTE RENDU DE LA REUNION DU 26 AVRIL 2012:

- Il a été indiqué au candidat que sa proposition de réduire la durée du salon à 6 jours, se fondant sur la demande des professionnels, avait été examinée avec attention et qu'elle paraissait pertinente. Il lui a donc été demandé d'adapter son offre en intégrant cette réduction de durée.
 - Il a été demandé au candidat d'apporter des précisions concernant la prise en charge financière des opérations de grutage des bateaux ainsi que sur la couverture des assurances à souscrire.
 - Concernant l'aménagement du stand de la Communauté Urbaine au salon les Nauticales, il a été demandé au candidat de prendre en charge uniquement la structure et le mobilier.
 - Il a été convenu que le nouvel « *espace VIP* » proposé par le candidat soit contigu et communique directement avec le stand MPM.
 - Concernant les conditions financières d'exploitation, il a été demandé au candidat de réduire les coûts d'exploitation, notamment en tenant compte de la réduction de durée.
 - Concernant le montant de la redevance d'occupation, il a été demandé au candidat d'améliorer son offre en modifiant notamment le calcul de la part variable.
- Par un courrier en date du 9 mai 2012, une liste de questions portant sur les sujets abordés lors de la réunion du 26 avril a été envoyée au candidat qui devait répondre pour le 14 mai 2012. Le candidat a été également invité à participer à une deuxième réunion de négociation le 15 mai 2012.
En vue de la réunion du 15 mai 2012, par un courrier en date du 11 mai reçu par fax le 14 mai 2012, le candidat répond à l'ensemble des questions et transmet un nouveau compte d'exploitation prévisionnel.
 - Les questions et les réponses du candidat sont résumées ci-après :
- **Confirmation de la durée du salon nautique, ses dates et ses horaires d'ouverture :**
Le candidat prend en compte la réduction de la durée à 6 jours du mercredi 20 au lundi 25 mars 2013. Les horaires seront tous les jours de 10h00 à 18h00.
 - **Confirmation que l'offre comprend la prise en charge de l'ensemble des opérations techniques concernant les déplacements de bateaux et plus particulièrement le grutage :**
Le candidat confirme que l'ensemble de ces opérations seront bien pris en charge.
 - **Confirmation que les polices d'assurances couvrent l'ensemble des convoys des bateaux à déplacer mais également leur séjour sur des postes sécurisés dans les ports d'accueil :**
Le candidat confirme que les polices d'assurance couvriront l'ensemble des convoys des bateaux et également leur séjour dans les ports d'accueil.

- Compte tenu de la prise en charge uniquement de la structure et du mobilier du stand de MPM au salon des Nauticales, préciser la réduction du montant affectée à cette prestation :

Le candidat reconduira l'espace MPM dans sa version 2012 avec en complément la seule prise en charge du mobilier. Le candidat réduit par conséquent son budget prévisionnel.

- Confirmation que le nouvel espace VIP est contigu au stand MPM et communique directement avec cet espace :

Le candidat confirme le respect de cette exigence quant à l'aménagement des deux stands.

- Confirmation que le montant provisionné pour le Nautic de Paris (100 000 € pour 2013) couvre l'aménagement du stand de présentation des Nauticales en miroir du stand du Grand Pavois tel que présenté lors de la réunion du 26 avril 2012 :

Le candidat confirme le montant affecté à cette dépense dans le compte d'exploitation prévisionnel ainsi que l'aménagement du stand de présentation des Nauticales pour le salon de Paris.

- Amélioration de l'offre financière en réduisant les coûts d'exploitation :

Le candidat propose une économie globale de 20.500€ sur le personnel temporaire et les prestataires ainsi que sur les navettes Ciotabus. Le candidat retient un impact à la baisse de 10.000€ pour la recette billetterie.

- Amélioration du montant de la redevance d'occupation du domaine public notamment en modifiant le calcul de la part variable :

Le candidat confirme que la part variable de la redevance est fixée à 20% du chiffre d'affaires résultant des locations d'emplacement et des recettes de partenariat. Il modifie toutefois les seuils déclenchant le versement de la part variable: 730.000€ pour 2013 ; 751.900€ pour 2014 ; 774.457€ pour 2015.

COMPTE RENDU DE LA REUNION DU 15 MAI 2012:

Les réponses transmises par le candidat répondent dans l'ensemble aux attentes formulées lors de la première réunion.

Toutefois, le nouveau calcul de la redevance proposé par le candidat a pour effet de diminuer son montant. Au cours de cette deuxième réunion, il lui a été demandé d'améliorer le montant de la contribution forfaitaire que la collectivité devra verser au délégataire. Il a pris l'engagement de faire une proposition en ce sens.

Suite à cette réunion, un projet de contrat a été transmis au candidat le 1^{er} juin 2012. Par courrier électronique transmis le même jour puis par courrier en date du 4 juin 2012, le candidat a renvoyé le projet de contrat signé intégrant une amélioration du montant de la contribution forfaitaire, telle qu'elle lui a été demandée.

La réception du projet de contrat signé a mis fin à la négociation.

3 – ANALYSE DE L'OFFRE A L'ISSUE DES NEGOCIATIONS

Les critères de jugement des offres sont les suivants, non hiérarchisés et non pondérés :

- les moyens techniques et humains mis en œuvre pour l'organisation et l'exploitation du salon.
- les moyens techniques et humains mis en œuvre pour garantir un aménagement de qualité de l'espace MPM au Nautic de Paris.
- les moyens techniques et humains mis en œuvre pour assurer la commercialisation et la promotion, l'animation et l'attractivité du salon ;
- les conditions économiques de l'offre, appréciées au regard :
 - des coûts d'exploitation,
 - des propositions tarifaires,
 - des conditions de l'équilibre financier de la délégation.
- la valeur qualitative de la programmation et des actions d'animation, appréciée notamment au vu des éléments suivants :
 - la coordination de l'intervention des associations, clubs, professionnels, sportifs ou scientifiques pour l'animation du salon ;
 - les propositions de programme des animations et manifestations envisagées ;
 - les moyens mis en œuvre en vue de favoriser la sensibilisation aux politiques publiques et à l'environnement, les rencontres et la concertation entre tous les acteurs du monde de la plaisance et de la mer.
 - le plan d'aménagement du site par activités.
 - le rétro planning de l'édition 2013.

– Moyens techniques et humains mis en œuvre pour l'organisation et l'exploitation du salon

Les moyens humains proposés par le candidat sont complets et conformes aux besoins. De même, les moyens techniques proposés sont globalement satisfaisants au regard des prescriptions du cahier des charges.

Il a été demandé au candidat d'apporter des précisions sur le déplacement des bateaux et les assurances couvrant le convoyage ainsi que la localisation du stand MPM.

⇒ le déplacement des bateaux

Le candidat confirme qu'il prend en charge l'ensemble des opérations techniques concernant le déplacement des bateaux et plus spécifiquement le grutage.

➤ Le convoyage des bateaux

Le candidat confirme que les polices d'assurance couvriront l'ensemble des convois des bateaux qui seront à déplacer, mais également leur séjour sur les postes sécurisés dans les ports d'accueil sollicités.

- Moyens techniques et humains mis en œuvre pour garantir un aménagement de qualité de l'espace MPM au Nautic de Paris.

Les moyens humains et techniques proposés par le candidat dans sa proposition d'origine sont complets et conformes aux besoins.

Il a été demandé au candidat d'apporter des précisions sur les prestations et le budget alloué à ce poste.

Le candidat confirme que le budget de 100 000 € couvre bien l'ensemble des frais pour la location et l'aménagement du stand des Nauticales pour le salon Nautic de Paris pour une surface de 60m² installé en vis-à-vis et conçu "en miroir" du stand du Grand Pavois.

- Moyens techniques et humains mis en œuvre pour la commercialisation et la promotion

Pour le volet commercialisation, le candidat préconise une stratégie commerciale fondée sur la mise en œuvre de moyens marketing et commerciaux coordonnés à savoir : réflexion sur le positionnement du salon, prospection clientèle, optimisation des ventes de stand et accroissement du CA actuel, commercialisation des outils de communication, commercialisation d'une zone de restauration, élaboration de plans d'implantation des exposants, suivi commercial et relations clients toute l'année.

La stratégie du candidat en matière de commercialisation et d'attractivité est bien structurée et complète conformément aux besoins.

On note dans le planning de commercialisation la présence du candidat sur les grandes manifestations nautiques françaises et internationales (Cannes, La Rochelle, Gênes, Barcelone, Paris, Düsseldorf).

Le plan d'actions commerciales s'articule autour d'axes principaux : le recensement des clients potentiels (phoning, visites d'entreprises, recherches et veille sur Internet et dans la presse spécialisée, croisement avec les fichiers existants du Grand Pavois...etc.) ; missions commerciales liées (mise en place de grilles tarifaires de documents commerciaux, du guide de l'exposant, gestion de l'avancement de la commercialisation en fonction d'un rétro planning et d'un prévisionnel) la réflexion sur le visuel.

Concernant l'identité visuelle du Salon, élément essentiel de la politique marketing, le candidat préconise de créer une carte d'identité graphique de l'évènement reconnaissable et spécifique pour les visiteurs et les professionnels. Le visuel sera modifié chaque année.

Pour le volet promotion, le candidat développe avec précision ses actions média et hors média.

Il préconise un plan d'action média ayant pour vocation de consolider la notoriété du Salon, de conquérir de nouveaux visiteurs, de développer la reconnaissance du Salon auprès des professionnels.

Le candidat se fixe pour objectif de faire progresser l'offre et le visitorat du salon tant en qualitatif qu'en quantitatif. A ce titre, le candidat souhaite agir sur l'affichage, la presse nautique spécialisée (deux vagues de campagne en décembre et janvier pour le Nautic de Paris), la presse quotidienne régionale et gratuite et la radio en appui de l'affichage local.

On note avec intérêt la proposition avertie de refonte du site Internet officiel. Les préconisations en la matière sont tout à fait adaptées : mise en place d'un compte Twitter, d'un profil Facebook, plan d'achats Media Internet, mise en place de jeux Internet.

La nouveauté par rapport aux éditions précédentes résidera dans le travail réalisé sur Internet et dans les réseaux sociaux. Le candidat prévoit pour le site un budget de 10 000 € pour 2013. Ce budget semble nécessaire compte tenu des faiblesses du site actuel.

Les actions hors media prévues par le candidat sont elles aussi novatrices :

- un pack communication pour les exposants contenant un pavé internet « présent aux Nauticales 2013 », un bloc logo pour les annonces presse ; un clip vidéo présentant les nauticales.
- Parrainages, sponsoring et mécénat avec un parrain à forte notoriété et parrainage avec une association type WWF ou SNSM
- Organisation de points presse dans d'autres salons : Nautic de Paris et Salon de la Rochelle
- Communication par l'objet : mise en place d'un bateau un mois avant l'édition sur le Vieux Port ou à l'aéroport
- Envoi de SMS à partir d'achat de fichiers et partenaires
- Affichage habillage covering avec des véhicules habillés aux couleurs des Nauticales circulant un mois avant le salon.
- Street marketing avec animations sur le Vieux-Port : distribution de cartes postales, troupes de personnages, etc ...

Le candidat prévoit un budget de 18 500€ pour les actions hors Media, ce qui semble justifié compte tenu du nombre d'actions proposées.

Pour le volet Presse, le candidat a bien compris qu'il s'agit une nouvelle mission dont il aura la charge à savoir la prise en charge du service presse et des missions qui en découlent.

Ainsi le candidat liste de manière exhaustive les missions qui lui sont dévolues dès 2013.

- organisation d'une conférence de presse d'annonce et bilan du salon
- rédaction des communiqués et revues de presse
- relances téléphoniques
- gestion des relations presse
- mise en place de voyages de presse et petits déjeuners
- gestion d'un photographe officiel et élaboration d'une photothèque
- gestion d'un prestataire vidéo
- mise à jour des fichiers qui reste la propriété du Grand Pavois

Dans le cadre des négociations, le candidat a réduit le poste service de presse du salon soit 45 000 € pour 2013 au lieu de 48 000 €

- Valeur qualitative de l'offre

La proposition remise par le candidat répond globalement aux attentes de la collectivité.

➔ Les animations

Le candidat propose d'organiser des animations permanentes à savoir : Expositions, ateliers pédagogiques, sorties en mer et initiations.

Ainsi que des animations ponctuelles à savoir :

- Projections de films
- Conférences
- Débats
- Organisation de régates
- Concours de sports nautiques
- Jeux concours autour de thèmes phares

Le candidat a bien compris l'importance des animations auprès du grand public car on constate dans le budget prévisionnel une augmentation progressive sur les trois années du budget alloué à ce poste de dépenses :

2013 : 59 500 €

2014 : 60 988 €

2015 : 62 512 €

Dans le cadre des négociations, le candidat a réduit le montant de ce poste sur la première année (57 500€)

➔ Le rétro planning de l'édition 2010

Dans sa proposition initiale le candidat propose de réduire le salon à six jours soit du mercredi 20 au lundi 25 mars 2013. Les horaires d'ouverture seront tous les jours de 10 H 00 à 18 H 00.

Lors des négociations, Le candidat a argumenté sa proposition par le fait que la longue durée du salon constituait un frein, voire un obstacle à la participation des exposants et en particulier des marques internationales.

Les professionnels du nautisme, déjà concernés par nombre de salons, rencontrent de plus en plus de difficultés pour mobiliser pour de longues périodes leurs équipes en dehors de leurs entreprises, pour des raisons logistiques mais aussi légales (temps de travail). Ce problème se pose également sur la disponibilité de certains modèles de bateaux qui ne peuvent être bloqués plus d'une semaine sur un même site.

C'est pourquoi le candidat recommande fortement de prévoir un salon plus court et plus intense dès 2013, afin de répondre à la demande des professionnels, pour favoriser la présence de marques en plus grand nombre et optimiser la venue de nouveautés et d'avant-premières mondiales sorties entre le Nautic de Paris et le Boot de Düsseldorf (Allemagne). Des atouts à destination d'un public de passionnés et de clients "captifs" mais aussi à destination des médias qui optimiseraient le potentiel de retombées presse nationales et internationales.

➤ le plan d'aménagement

Le projet d'aménagement va au-delà du Document Programme, ce qui constitue une réelle opportunité pour la croissance du salon.

-Le candidat propose la libération des pannes 800 et 900 et de la totalité du quai digue sud ce qui nécessite le déplacement de 98 bateaux supplémentaires.

-Le candidat prévoit un espace supplémentaire : l'espace Presse et business center. Cet espace, réservé aux journalistes, divisé en salles de presse et « café », est tout à fait opportun car il découle de la nouvelle mission dévolue au délégataire à savoir « assurer le service Presse du salon ».

-« Espace VIP » : le délégataire accorde une importance toute particulière à cet espace qu'il qualifie de lieu de rencontre et de brief quotidien pour les professionnels du nautisme du salon et qu'il positionne dans un endroit stratégique du salon (vue sur le salon, vue sur mer).

-Pour aménager l'espace MPM, le candidat a prévu initialement 25 000€. Actuellement, La Communauté urbaine Marseille Provence Métropole dispose d'un espace d'environ 250 m² (chapiteau, habillage des cloisons et plancher).

Pour les éditions futures, MPM souhaite conserver un aménagement identique.

Dans le cadre de la négociation, il a été demandé des précisions concernant la localisation et le budget de l'espace MPM.

-Le candidat a confirmé que l'emplacement stratégique du stand MPM sera contigu à l'espace VIP et qu'une gestion modulable (de type cloison mobile) de l'ensemble de cet espace sera opérationnelle dès la première édition.

-Le candidat a ramené le montant du poste dédié à l'aménagement du stand MPM comprenant la structure et le mobilier à 8000 €.

- Conditions économiques

➤ Propositions financières

- Les coûts d'exploitation

Il a été demandé au candidat d'améliorer son offre en réduisant les coûts d'exploitation compte tenu de la réduction de la durée du salon à six jours.

Lors de la négociation, le candidat a réduit les coûts d'exploitation dans ce sens :

- réduction de 16 500 € sur le personnel temporaire et les prestataires (nettoyage, gardiennage, accueil, régisseur),
- réduction de 4 000 € sur les navettes Ciotabus.

Une réduction globale de 20 500 € a donc été effectuée.

Toutefois le candidat prévoit à une légère baisse de la fréquentation de la part de certains visiteurs de la catégorie "Promeneurs" suite à la suppression d'un week-end, soit une baisse du chiffre d'affaires des entrées payantes de 10 % environ.

- La redevance

Dans sa proposition initiale, le candidat s'engage à reverser à MPM une redevance pour chaque édition telle que prévue au cahier des charges qu'il évalue à :

28 093 € HT pour 2013
39 833 € HT pour 2014
51 712 € HT pour 2015

Il prévoit une redevance calculée sur une partie fixe et une partie variable fixée à 20% du chiffre d'affaires résultant des locations d'emplacements et des recettes de partenariats au-delà de 700 K€.

Ces seuils ont été revus lors de la négociation.

La partie fixe de la redevance a été confirmée sur les trois éditions.

Le seuil du chiffre d'affaires emplacements et partenariats sera fixé en 2013 à 730 000€.
Le seuil du chiffre d'affaires pour le calcul de la part variable de la redevance sera indexé de 3% (donc 751 900 € en 2014 et 774 457 € en 2015).

Le montant global prévisionnel de la redevance est désormais le suivant :

20 093 € HT pour 2013
27 453 € HT pour 2014
34 821 € HT pour 2015

Cette proposition est satisfaisante.

-Les propositions tarifaires

Le candidat préconise une augmentation des tarifs car les tarifs pratiqués par les Nauticales sont relativement bas par rapport aux autres salons nautiques français.

L'augmentation du tarif des emplacements serait progressive sur les trois années : 3% la première année puis 2,5% les deux années suivantes (exemples : pour un bateau à flot le prix de l'emplacement au mètre linéaire était de 100 € en 2012, il sera de 103 € en 2013, le forfait pour les associations passe de 450€ en 2012 à 464 € en 2013)

Cette politique tarifaire consiste également à baisser les remises tarifaires.

Le candidat propose d'augmenter dans une moindre mesure les tarifs visiteurs : 7€ au lieu de 6 € la première année, pas d'augmentation les années qui suivent. Le billet demi-tarif reste à 3 € et la gratuité enfant reste inchangée. Le nombre d'invitations pour les exposants, la Ville de La Ciotat et l'autorité déléguée est maintenu.

Cette proposition est satisfaisante.

-Recherche de partenaires

Dans l'offre initiale, le candidat propose de reconduire les partenariats existants mais aussi de rechercher de nouveaux partenaires dans l'univers de la voile ou des univers connexes (horlogerie, assurance, automobile).

Le candidat développe une méthodologie précise de recherche de prospects, notamment en ce qui concerne le développement d'opérations de relations publiques.

Au cours des négociations, le candidat a confirmé son engagement sur ce point.

➤ Les conditions d'équilibre financier de la délégation

Dans la proposition initiale, la participation de MPM est évaluée par le candidat à :

748 975 € HT pour 2013
743 861 € HT pour 2014
739 418 € HT pour 2015

Lors de la négociation, il a été demandé au candidat de revoir sa proposition financière et d'améliorer l'équilibre général du budget au profit de l'autorité délégante.

La proposition du candidat est désormais la suivante :

699 800 € HT pour 2013
697 278 € HT pour 2014
687 219 € HT pour 2015

La collectivité s'acquittera en sus de la TVA sur cette subvention, au taux légal en vigueur, actuellement de 19,60 %.

Cette proposition est acceptable compte tenu de l'environnement très concurrentiel de ce type de manifestation et de la nécessité de maintenir son attractivité en pratiquant des tarifs bas et préférentiels ou encore la gratuité.

Les discussions avec le candidat ont permis d'améliorer son offre.

Au terme des négociations, l'offre du groupement GRAND PAVOIS / SAFIM est ainsi apparue satisfaisante au regard de l'ensemble des critères de jugement des offres fixés dans le règlement de consultation et je suis en mesure de proposer au Conseil de Communauté de la retenir.

4 – ECONOMIE GENERALE DU CONTRAT DE DELEGATION DE SERVICE PUBLIC

Les principes de la convention

La convention est une délégation de service public sous forme d'affermage, qui confie l'organisation et l'exploitation du Salon Nautique Marseille Provence Métropole 2013, 2014 et 2015 au délégataire, à ses risques et périls.

Durée

La convention prendra effet à compter de sa notification au délégataire et prendra fin le 31 juillet 2015.

Les conditions de l'exploitation du service

La Communauté urbaine mettra à disposition du délégataire les installations portuaires nécessaires, telles que décrites dans le contrat.

- Fonctionnement du salon :

Le délégataire veille à ce que l'organisation et l'exploitation du salon nautique s'effectuent dans le respect des dispositions législatives et réglementaires afférentes à ce type d'activités.

Le délégataire est responsable du fonctionnement du service et l'exploite à ses risques et périls. Il est tenu d'assurer la continuité du service public qui lui est délégué.

Le délégataire exploite le service en professionnel compétent et y apporte tous ses soins de manière à le faire prospérer. Il doit notamment :

- proposer les dates du salon, sa durée et les horaires d'ouverture ;
- concevoir l'organisation et l'aménagement du salon dans le respect des objectifs fixés par la collectivité délégante ;
- prendre à sa charge la structure et le mobilier de l'espace MPM sous la direction de l'autorité délégante
- gérer les installations et équipements nécessaires à l'accueil des exposants ;
- assurer la commercialisation des espaces à terre et à flot du salon notamment lors du Salon Nautique de Paris
- prendre en charge la présence de MPM - Les Nauticales au Salon Nautique de Paris au titre de la commercialisation,
- coordonner l'intervention des associations, clubs, professionnels, sportifs ou scientifiques pour l'organisation de l'animation du Salon ;
- assurer la communication (plan média, identité visuelle) et le service de presse du Salon ;
- assurer la commercialisation des espaces à terre et à flot ;
- développer la qualité du contenu et l'attractivité du salon, tant auprès du grand public que des médias ;
- procéder à l'accueil des bateaux ;
- installer les équipements, accessoires, services d'accueil et commodités nécessaires à l'accueil des exposants ;
- assurer la logistique de dégagement du site
- coordonner l'intervention des associations, clubs, professionnels, sportifs ou scientifiques ;
- assurer les relations avec les partenaires logistiques ;
- consolider et rechercher des partenariats financiers ;
- prendre en charge l'intégralité des dépenses nécessaires, et notamment, à titre indicatif : les coûts de la promotion commerciale et des missions d'animation, les coûts des assurances ;
- encaisser les recettes commerciales (pour l'occupation des terre-pleins et du plan d'eau et la billetterie).

- Développement et promotion du salon :

Le délégataire assure le développement et la promotion du salon

- Entretien :

Le délégataire assure l'entretien de tous les ouvrages et équipements mis à sa disposition pour l'exploitation du salon et, en cas de détérioration, leur réparation par ses soins à ses frais.

Il procède au nettoyage du périmètre mis à disposition pour l'organisation et l'exploitation du salon avant son ouverture (pour l'inauguration), pendant toute la durée de la manifestation et après sa clôture.

Les conditions financières

- Les conditions tarifaires :

Le délégataire s'engage à respecter les contraintes tarifaires suivantes :

- o tarifs préférentiels et promotionnels (famille, professionnels, clubs et associations) ;
- o entrées gratuites : le nombre d'entrées gratuites est défini en concertation avec la collectivité délégante. Le nombre d'entrées gratuites réservé à la collectivité délégante devra lui être remis au plus tard 1 mois avant l'inauguration du salon ;
- o invitations spécifiques : inauguration, journées « conférences et débats », e-invitations, « opérations MPM ».

Pour les éditions 2013, 2014 et 2015 : les tarifs visiteurs sont fixés à 7€ TTC et gratuits pour les enfants jusqu'à 12 ans.

- La rémunération du délégataire :

Le délégataire perçoit des recettes :

- o auprès des visiteurs du salon moyennant la perception d'une somme évaluée en fonction des différentes catégories de visiteurs ;
- o auprès des exposants et différents annonceurs du salon.

Il s'engage également à rechercher tout partenariat financier.

- La contribution financière de la collectivité :

Les tarifs ne pouvant être fixés à un niveau suffisant pour couvrir les charges d'investissement compte tenu de la volonté de maintenir l'attractivité du salon dans un contexte très concurrentiel, nécessitant des entrées gratuites et des tarifs préférentiels, la collectivité délégante s'engage à participer aux dépenses du service par le versement d'une contribution forfaitaire non révisable, à hauteur du montant suivant :

699 800 € HT pour l'édition 2013

697 278 € HT pour l'édition 2014

687 219 € HT pour l'édition 2015

La collectivité s'acquittera en sus de la TVA sur cette subvention, au taux légal en vigueur, actuellement de 19,60 %.

- La redevance versée à la collectivité :

Le délégataire verse à la collectivité délégante une redevance au titre de l'occupation du domaine public portuaire et des ouvrages mis à disposition pour les besoins de la délégation.

Cette redevance comporte une part fixe forfaitaire et une part variable calculée comme indiqué ci après :

Part fixe :

édition 2013 : 20 000 HT €

édition 2014 : 20 400 HT €

édition 2015 : 20 808 HT €

Part variable :

Pour chaque édition, le délégataire versera une part variable fixée à 20% du chiffre d'affaires résultant des locations d'emplacements et des recettes de partenariats au-delà des seuils suivants :

édition 2013 :	730 000 HT €
édition 2014 :	751 900 HT €
édition 2015 :	774 457 HT€

Assurances

Dès la prise en charge des installations, le délégataire est responsable du bon fonctionnement du service dans le cadre des dispositions contractuelles retenues.

Il fait son affaire de tous les risques et litiges pouvant provenir du fait de son exploitation. La responsabilité de la collectivité délégante ne peut être recherchée à ce titre.

Le délégataire fera son affaire de tous dommages causés à des tiers et notamment les usagers du port pour la tenue du salon sous réserve des responsabilités de chacun des tiers intervenant.

Il appartient au délégataire de rechercher auprès d'une ou de plusieurs compagnies d'assurance, la couverture des différents risques liés à l'exploitation du service délégué, notamment les risques spécifiques liés à l'organisation de salons et foires (responsabilité civile organisateur).

Modalités d'exercice par le délégant de son pouvoir de contrôle et pénalités en cas de non respect des obligations imposées au délégataire

La collectivité délégante exerce son pouvoir de contrôle périodique sur tous les aspects notamment techniques, financiers et juridiques de la délégation par l'analyse des documents fournis par le délégataire.

Le délégataire devra fournir un rapport d'activité annuel élaboré en vertu des dispositions de l'article L.1411-3 du Code Général des Collectivités Territoriales, comprenant un compte-rendu comptable, un compte-rendu technique et financier, ainsi que l'analyse de la qualité du service.

La Communauté Urbaine MPM dispose d'un pouvoir de contrôle permanent sur le respect par le délégataire de ses obligations contractuelles. Elle aura notamment le droit de contrôler les renseignements donnés dans les comptes-rendus mentionnés ci-dessus.

Des sanctions pécuniaires sont prévues :

- en cas d'atteinte à la continuité du service public, c'est-à-dire d'une interruption totale ou partielle du service non justifiée par la force majeure ;
- en cas d'atteinte à la sécurité du service, de non-respect des règles d'hygiène, de sécurité et des normes environnementales, auxquelles sont soumis les ouvrages délégués ;
- en cas de non production, ou de production incomplète par le délégataire des attestations d'assurance et documents composant le rapport annuel du délégataire.

Fin du contrat

Eu égard aux prérogatives de puissance publique dont elle dispose en sa qualité de personne publique, la collectivité délégante peut résilier unilatéralement la délégation de service public pour motif d'intérêt général.

En cas de faute d'une particulière gravité, la collectivité délégante pourra prononcer la déchéance du délégataire avec, pour conséquence, la résiliation du contrat aux frais et risques de celui-ci.

A la fin du contrat, la collectivité délégante sera subrogée aux droits et obligations du délégataire et en particulier dans les contrats passés avec les tiers pour l'exécution normale de la convention.

A l'expiration de chaque édition du salon et en fin de contrat, le délégataire sera tenu de remettre à la collectivité délégante, en état normal d'entretien, tous les ouvrages et équipements qui font partie intégrante de la convention.

CONCLUSION

Au terme des négociations, je considère que l'offre du groupement GRAND PAVOIS/SAFIM, unique candidat, répond de façon satisfaisante aux objectifs de la collectivité au regard des garanties offertes quant à la qualité des prestations et des conditions économiques de la proposition.

Le contrat d'affermage de service public (et annexes), dont les principales caractéristiques ont été décrites ci-dessus est annexé au présent rapport.

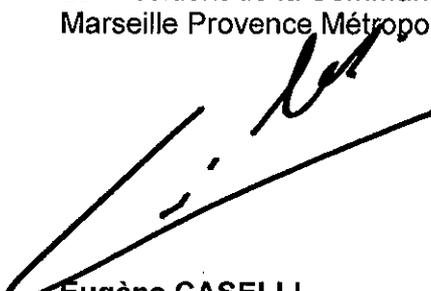
En conclusion, pour toutes les raisons ci-dessus exposées, je vous demande :

- d'approuver le choix du groupement GRAND PAVOIS/SAFIM comme délégataire de service public pour l'organisation et l'exploitation du Salon Nautique Marseille Provence Métropole pour 2013, 2014 et 2015.

- d'approuver le contrat de délégation de service public et les annexes jointes et de m'autoriser à le signer.

Fait à Marseille,
Le 8 JUILLET 2012

Le Président de la Communauté Urbaine
Marseille Provence Métropole



Eugène CASELLI

Heure : 11h10

PROCES-VERBAL

<u>Pouvoir Adjudicateur :</u>	Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole 10 Place de la joliette Les Docks Atrium 10.7 BP 48014 13567 Marseille cedex 02 Tél : 04 91 99 99 00
<u>Délégation de Service public:</u> Art. L 1411/1 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales	<u>Examen des candidatures</u>
<u>Objet :</u>	Avis N° 2011/133 Organisation et exploitation du salon nautique MPM pour les années 2013 – 2014 - 2015
<u>Délibération n° :</u>	POR 001-689//11/CC du 21/10/2011

La Commission de Délégation de Service Public habilitée à statuer s'est réunie au siège de Marseille Provence Métropole, sous la présidence de Monsieur François-Noël BERNARDI, représentant Monsieur le Président de la Communauté Urbaine, pour examiner les candidatures relatives à la délégation de service public en objet.

ETAIENT CONVOQUES :**Membres ayant voix délibérative :****Titulaires**

Monsieur Bernard MOREL
Monsieur Marc POGGIALE
Monsieur Bernard JACQUIER
Monsieur Xavier CACHARD
Monsieur Jean-Marc CORTEGGIANI

Suppléants

Monsieur Benoît PAYAN
Monsieur Alain CROCE
Monsieur Jean-Louis TIXIER
Monsieur Jean-Marc BENZI
Monsieur Henri RUGGERI

Membres ayant voix consultative :

Monsieur le Receveur des Finances, comptable assignataire des paiements de la Communauté Urbaine
Monsieur le représentant du service en charge de la concurrence

ETAIENT PRESENTS :

Membres ayant voix délibérative :

Monsieur François-Noël BERNARDI, représentant Monsieur le Président

- Monsieur Bernard MOREL
- Monsieur Marc POGGIALE
- Monsieur Bernard JACQUIER
- Monsieur Xavier CACHARD
- Monsieur Jean-Marc CORTEGGIANI

Membres ayant voix consultative :

Monsieur le Receveur des Finances, comptable assignataire des paiements de la Communauté Urbaine,

Monsieur le représentant du service en charge de la concurrence

Le Président de la commission déclare la séance ouverte.

La Commission de Délégation de Service Public procède à l'analyse de la candidature du groupement GRAND PAVOIS / SAFIM, enregistrée lors de la séance du 7 décembre 2011, sur la base du rapport annexé au présent procès-verbal, dont elle fait siennes les constatations.

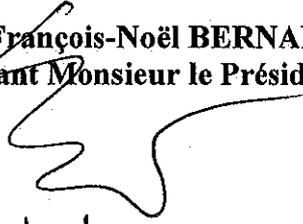
La Commission constate que les éléments fournis par le groupement association Grand Pavois de la Rochelle / SAFIM démontrent que leurs garanties professionnelles et financières sont satisfaisantes et permettent d'assurer la continuité du service public et l'égalité des usagers devant le service public. Les deux membres du groupement répondent également aux obligations d'emploi des travailleurs handicapés.

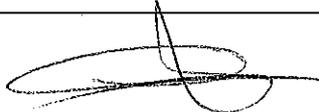
En conclusion, la Commission décide d'admettre la candidature du groupement GRAND PAVOIS / SAFIM.

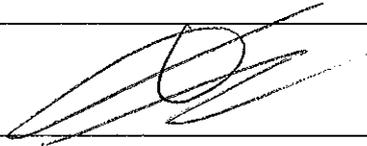
Observations éventuelles des membres à voix consultative :

Membres ayant voix délibérative

Monsieur François-Noël BERNARDI
Représentant Monsieur le Président



Membres titulaires	Signatures
Monsieur Bernard MOREL	
Monsieur Marc POGGIALE	
Monsieur Bernard JACQUIER	
Monsieur Xavier CACHARD	
Monsieur Jean-Marc CORTEGGIANI	

Membres suppléants	Signatures
Monsieur Benoît PAYAN	
Monsieur Alain CROCE	
Monsieur Jean-Louis TIXIER	
Monsieur Jean-Marc BENZI	
Monsieur Henri RUGGERI	

Membres ayant voix consultative

Monsieur le Receveur des Finances,
comptable assignataire des paiements
de la Communauté Urbaine



Monsieur le représentant
du service en charge de la concurrence



RAPPORT D'ANALYSE DES CANDIDATURES DELEGATION DE SERVICE PUBLIC

Organisation et exploitation du Salon Nautique pour les éditions 2013, 2014, 2015.

I) OBJET DE LA DELEGATION DE SERVICE PUBLIC

La Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole a engagé une consultation en vue de déléguer par voie d'affermage l'organisation et l'exploitation du Salon Nautique pour les éditions 2013, 2014 et 2015, à La Ciotat.

Le contrat d'affermage prendra effet à compter de sa notification et s'achèvera le 31 juillet 2015.

II) DEROULEMENT DE LA PROCEDURE

Suite à l'adoption du principe de la délégation de service public par le Conseil de communauté (délibération n° POR 001- 689/11/CC du 21 octobre 2011), un avis d'appel public à candidatures a été envoyé à la publication le 18 octobre 2011 dans Le Moniteur, Le Marin, La Provence, fixant la date et heures limites de remise des candidatures au 5 décembre 2011 à 16 h 30.

Une seule candidature a été déposée. Il s'agit du groupement association Grand Pavois de la Rochelle / SAFIM dont le mandataire est l'association Grand Pavois de la Rochelle.

La commission de délégation de service public s'est réunie le 7 décembre 2011 et a procédé à l'ouverture des enveloppes contenant les dossiers de candidature.

Cette candidature est analysée au regard des critères indiqués ci après.

III) CRITERES DE SELECTION DES CANDIDATURES

Les candidats seront sélectionnés après examen de leurs garanties professionnelles et financières, du respect de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés prévue aux articles L5212-1, L5212-2, L5212-5 et L5212-9 du Code du Travail et de leur aptitude à assurer la continuité du service public et l'égalité des usagers devant le service public.

IV) ANALYSE DES CANDIDATURES

1) Pièces à fournir par les candidats :

L'avis d'appel public à candidatures exigeait des candidats les pièces énumérées aux rubriques ci-dessous :

1°) Situation juridique

- a) une lettre de candidature avec identification du candidat signée par une personne habilitée à engager le candidat. En cas de candidature présentée en groupement, la lettre de candidature devra indiquer l'identité de chaque membre du groupement, le

caractère conjoint ou solidaire du groupement ainsi que l'identité du mandataire et devra être signée soit par tous les membres du groupement soit par le mandataire justifiant des habilitations nécessaires pour signer la candidature au nom des membres du groupement.

- b) Chaque entreprise candidate, ou en cas de candidature présentée en groupement, chaque membre du groupement, devra fournir en outre les documents suivants :
- Une attestation sur l'honneur certifiant que le candidat n'a pas fait l'objet, au cours des cinq dernières années, d'une condamnation inscrite au bulletin n° 2 du casier judiciaire pour les infractions visées aux articles L8221-1, L8221-3, L8221-5, L8231-1, L8241-1 et L8251-1 du Code du Travail ou infractions de même nature dans un autre Etat de l'Union Européenne ;
 - Si le candidat est en redressement judiciaire, la copie du ou des jugements prononcés à cet effet ;
 - Pour justifier avoir satisfait au 31 décembre 2010 aux obligations fiscales et sociales définies par l'article 8 du décret n° 97-638 du 31 mai 1997 :
- le candidat produit les certificats délivrés par les administrations et organismes compétents dont la liste est fixée par l'arrêté modifié du 31 janvier 2003 pris en application de l'article 8 du décret susvisé, ou l'état annuel des certificats reçus délivré par les administrations et organismes compétents.
 - En ce qui concerne les impôts, taxes et cotisations sociales pour lesquelles il n'est pas délivré de certificat, il produit une déclaration sur l'honneur dûment datée et signée.

Le candidat établi dans un Etat membre de la Communauté européenne autre que la France doit produire un certificat établi par les administrations et organismes du pays d'origine. Pour les impôts, taxes et cotisations sociales pour lesquels il n'est pas délivré de certificat, il produit une attestation sur l'honneur, selon les mêmes modalités que celles qui sont prévues ci-dessus pour le candidat établi en France.

Le candidat établi dans un pays tiers doit, pour les impôts, taxes et cotisations sociales ne donnant pas lieu dans ledit pays, à la délivrance d'un certificat par les administrations et organismes de ce pays, produire une déclaration sous serment effectuée devant une autorité judiciaire ou administrative de ce pays.
Les certificats délivrés dans une langue étrangère doivent faire l'objet d'une traduction assermentée en langue française.

- Une attestation sur l'honneur datée et signée certifiant que le candidat est en règle au regard de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés prévue aux articles L5212-1, L5212-2, L5212-5 et L5212-9 du Code du Travail.

II°) Capacité économique et financière :

Chaque entreprise candidate ou en cas de candidature présentée par un groupement d'entreprises, chaque membre du groupement devra fournir :

- a) La copie des comptes annuels (bilan, compte de résultat) des trois derniers exercices connus. Les sociétés en cours de constitution ou nouvellement créées produiront tout élément permettant d'évaluer leurs capacités économique et financière et notamment les garanties financières apportées par leurs actionnaires.

- b) En cas d'appartenance à un groupe un organigramme des sociétés composant ce groupe.

III°) Capacité technique :

Chaque entreprise candidate ou en cas de candidature en groupement d'entreprises chaque membre du groupement devra fournir une note de présentation de son activité et de ses effectifs. Cette note comportera tout élément que le candidat estimera utile à l'appréciation de ses garanties professionnelles et de son aptitude à assurer la continuité du service public et l'égalité des usagers devant le service public et notamment les références du candidat dans les activités comparables à l'objet de la délégation.

2) Situation juridique et capacités financières du candidat :

Les deux membres du groupement ont fourni toutes les pièces administratives requises par l'avis d'appel public à candidatures et en particulier celles attestant du respect des dispositions relatives à l'emploi des travailleurs handicapés.

Ils ont également fourni les bilans et comptes de résultat des exercices 2008, 2009 et 2010.

GRAND PAVOIS DE LA ROCHELLE:

Grand Pavois de La Rochelle est une association loi 1901 gérée par des professionnels du nautisme. Le siège de l'association est fixé à la Rochelle.

L'association a pour objet :

- la présentation à flot et à terre de tous types d'embarcations, destinées à la plaisance
- l'organisation et la réalisation de ces présentations et toutes opérations s'y rattachant
- l'organisation de tous événements nautiques sous la désignation de GPO (Grand Pavois Organisation)

Année 2008 :

Chiffres d'affaires : 3 251 054 euros

Résultat net comptable bénéficiaire : 58 131 euros

Année 2009 :

Chiffres d'affaires : 2 987 017 euros

Résultat net comptable bénéficiaire : 24 291 euros

Année 2010 :

Chiffre d'affaires : 3 184 696 euros dont 345 826 euros

Résultat net comptable bénéficiaire : 51 092 euros

SAFIM :

La SAFIM est une société anonyme au capital de 3 658 776 euros. L'actionnariat de la SAFIM se décompose de la manière suivante :

- La compagnie générale des eaux (filiale à 100% de Véolia Environnement) détient 77.70 % du capital ;
- La Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence détient 15.01% du capital ;

- SAFID I (filiale à 100% d'Electricité de France) détient 4.11% du capital ;

Année 2008 :

- Ses fonds propres s'élèvent à 5 961 445 euros incluant 2 483 499 euros de subventions d'investissement
- son chiffre d'affaires s'élève à 15 013 215 euros. Les prestations d'organisation de foires et salons représentent 100% de ce chiffre d'affaires.
- Le résultat 2008 est bénéficiaire : + 1 277 414 euros

Année 2009 :

- Ses fonds propres s'élèvent à 6 635 398 euros incluant 2 929 436 euros de subventions d'investissement
- son chiffre d'affaires s'élève à 15 958 645 euros. Les prestations d'organisation de foires et salons représentent 100% de ce chiffre d'affaires.
- Le résultat 2009 est bénéficiaire : + 1 760 755 euros

Année 2010 :

- Ses fonds propres s'élèvent à 7 843 871 euros incluant 4 029 954 euros de subventions d'investissement
- son chiffre d'affaires s'élève à 12 936 701 euros. Les prestations d'organisation de foires et salons représentent 100% de ce chiffre d'affaires.
- Le résultat 2010 est bénéficiaire : + 70 142 euros

Les ressources en capitaux et les résultats comptables des deux membres du groupement apportent toutes garanties sur la capacité financière de ce candidat à assurer la délégation de service public envisagée.

3) Capacités techniques :

GRAND PAVOIS LA ROCHELLE

Le Grand Pavois la Rochelle gère le salon nautique international à flot du Grand Pavois qui se déroule à La Rochelle depuis 1973. Ce salon international est une référence dans le domaine de l'événementiel nautique. En plus de l'organisation de nombreuses courses à voile (solitaire du Figaro...), l'association organise également le salon nautique international à flot de Shenzhen (Chine).

En 2011, le salon de la Rochelle rassemble 85 400 visiteurs, 765 exposants, 35 nations, 750 bateaux exposés, 250 journalistes accrédités...

L'association a fourni la composition du Conseil d'Administration. Celui-ci est constitué de professionnels du nautisme. Ils sont au nombre de douze et représentent pour nombre d'entre eux, certaines des plus grandes marques françaises et internationales :

- Président, Alain POCHON, Electronique marine POCHON SA.
- Vice-Président, Patrick RIEUPEYROUT, Harken France accastillage.
- Trésorier, Eric BRUNEEL, NEEL Trimarans
- Administrateur, Gérard LAQUIT, chantier Beneteau
- Administrateur, Merry DE LA POEZE, Jeanneau

- Administrateur, François SATGE, Dufour Yachts
Administrateur, Benoit TREGUILLY, Bic sports.

L'association a fourni l'organigramme. Celui-ci se compose :

- d'une direction générale
- d'une direction commerciale
- d'une direction technique
- d'une direction de la communication (on note dans le plan média du salon, fourni par l'association, le volet important accordé aux insertions publicitaires dans la presse spécialisée étrangère)
- d'un service partenariats et relations publiques
- d'un service administratif

SAFIM :

La SAFIM exploite le parc Chanot, Palais des congrès et parc des expositions de Marseille qui accueille chaque année plus de 300 manifestations, dans le cadre d'une convention avec la Ville de Marseille jusqu'à fin 2019. A ce titre, elle a investi dans des travaux de restructurations et le chiffre d'affaires du Parc Chanot est en croissance constante. Dans ce cadre, elle accueille des congrès nationaux et internationaux et des salons professionnels et grand public.

Elle organise des foires et salons grand public, en particulier la Foire internationale de Marseille, 2^{ème} foire de France après Paris. Cette manifestation a accueilli en 2011 310 000 visiteurs et 1250 exposants. Elle organise également le salon de la Piscine et du Jardin, qui rassemble 14 000 visiteurs et 126 exposants.

En tant que prestataire de service de l'association NAFEM, elle a été de 2003 à 2009 présente au Salon nautique Marseille Métropole à La Ciotat. La SAFIM est l'actuel délégué du Salon nautique éditions 2010, 2011 et 2012.

La SAFIM a fourni l'organigramme de la structure.

Sont rattachés à la Direction Générale :

- un Directeur Adjoint chargé des relations extérieures et du protocole
- une Direction commerciale
- une Direction d'exploitation
- une Direction des Manifestations
- une Direction administrative et financière

L'effectif s'élève à 46 personnes. La SAFIM indique que la totalité de ses moyens humains ainsi que son réseau de sous-traitants sont affectés aux manifestations qui lui sont confiées.

Au regard de l'ensemble de ces éléments, le groupement association Grand Pavois de la Rochelle / SAFIM présentent des garanties techniques et professionnelles très satisfaisantes.

CONCLUSION :

Les éléments fournis par le groupement association Grand Pavois de la Rochelle / SAFIM démontrent que leurs garanties professionnelles et financières sont satisfaisantes et permettent d'assurer la continuité du service public et l'égalité des usagers devant le service public. Les deux membres du groupement répondent également aux obligations d'emploi des travailleurs handicapés.

Auteur du rapport

Pascale GUERY



Directeur de la Communication

Eric ANGELICA



Heure : 10h00**PROCES-VERBAL**

<u>Pouvoir Adjudicateur :</u>	Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole 10 Place de la joliette Les Docks Atrium 10.7 BP 48014 13567 Marseille cedex 02 Tél : 04 91 99 99 00
<u>Délégation de Service public:</u> Art. L 1411/1 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales	<u>Examen des offres</u>
<u>Objet :</u>	Avis n° 2011/133 Organisation et exploitation du salon nautique Marseille Provence Métropole en 2013-2014-2015
<u>Délibération n° :</u>	POR 001-689/11/CC du 21/10/2011

La Commission de Délégation de Service Public habilitée à statuer s'est réunie au siège de Marseille Provence Métropole, sous la présidence de Monsieur François-Noël BERNARDI, représentant Monsieur le Président de la Communauté Urbaine, agissant par délégation, pour examiner les offres relatives à la délégation de service public citée en objet.

ETAIENT CONVOQUES :**Membres ayant voix délibérative :****Titulaires**

Monsieur Bernard MOREL
Monsieur Marc POGGIALE
Monsieur Bernard JACQUIER
Monsieur Xavier CACHARD
Monsieur Jean-Marc CORTEGGIANI

Suppléants

Monsieur Benoît PAYAN
Monsieur Alain CROCE
Monsieur Jean-Louis TIXIER
Monsieur Jean-Marc BENZI
Monsieur Henri RUGGERI

Membres ayant voix consultative :

Monsieur le Receveur des Finances, comptable assignataire des paiements de la Communauté Urbaine
Monsieur le représentant du service en charge de la concurrence

ETAIENT PRESENTS :

Membres avant voix délibérative :

Monsieur François-Noël BERNARDI, représentant Monsieur le Président

- Monsieur Bernard MOREL
- Monsieur Marc POGGIALE
- Monsieur Bernard JACQUIER
- Monsieur Xavier CACHARD
- Monsieur Jean-Marc CORTEGGIANI

Membres ayant voix consultative :

Monsieur le Receveur des Finances, comptable assignataire des paiements de la Communauté Urbaine,

Monsieur le représentant du service en charge de la concurrence

Le Président de la commission déclare la séance ouverte.

La Commission de Délégation de Service Public procède à l'analyse de l'offre enregistrée, sur la base du rapport annexé au présent procès-verbal dont elle reprend les observations.

La Commission émet l'avis suivant :

Candidat GRAND PAVOIS / SAFIM

La Commission fait sienne l'analyse qui ressort du rapport qui lui est soumis.

En conclusion, selon les différents critères de jugement des offres :

1) Valeur qualitative de la programmation et des actions d'animation :

La proposition du candidat est de bonne qualité et répond de manière satisfaisante au cahier des charges sur les thématiques, les animations et le projet d'aménagement du salon des Nauticales étant précisé que ce dernier point mériterait d'être plus détaillé.

2) Aménagement de l'espace MPM / Les Nauticales au Nautic de Paris :

Le candidat a prévu une enveloppe de 100 000 € en précisant que ce poste peut évoluer en fonction de la mission à effectuer. Il est donc possible d'envisager une réévaluation à la baisse de ce poste.

3) Moyens mis en œuvre pour l'organisation et l'exploitation du salon Les Nauticales :

Les moyens humains et techniques mis à disposition par le candidat sont complets et conformes aux besoins définis par MPM.

4) Moyens mis en œuvre pour la commercialisation, la promotion, l'animation et l'attractivité du salon :

La stratégie mise en avant par le candidat (extension du salon et recherche d'un positionnement international, affirmation d'une identité propre, recherche de partenaires financiers privés...) correspond aux objectifs de MPM.

5) Conditions économique de l'offre :

La Commission se rapporte au rapport d'analyse. La proposition financière doit être revue et son équilibre général amélioré au profit de MPM, *en faisant apparaître la part de risque prise par le délégataire.*

En conclusion, la Commission est d'avis de recommander à l'autorité habilitée d'engager les discussions avec le candidat :

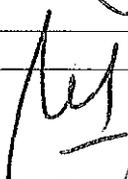
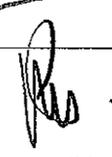
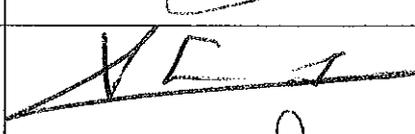
GRAND PAVOIS / SAFIM

en tenant compte des observations ci. dessus.

Observations éventuelles des membres à voix consultative :

Membres ayant voix délibérative

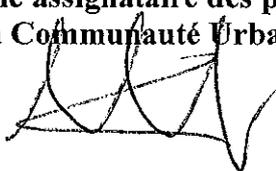
Monsieur François-Noël BERNARDI
Représentant Monsieur le Président

Membres titulaires	Signatures
Monsieur Bernard MOREL	
Monsieur Marc POGGIALE	
Monsieur Bernard JACQUIER	
Monsieur Xavier CACHARD	
Monsieur Jean-Marc CORTEGGIANI	

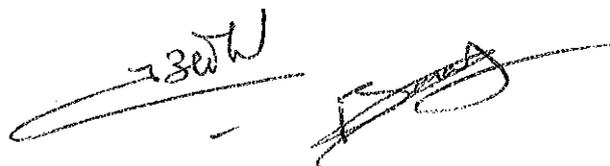
Membres suppléants	Signatures
Monsieur Benoît PAYAN	
Monsieur Alain CROCE	
Monsieur Jean-Louis TIXIER	
Monsieur Jean-Marc BENZI	
Monsieur Henri RUGGERI	

Membres ayant voix consultative

**Monsieur le Receveur des Finances,
comptable assignataire des paiements
de la Communauté Urbaine**



**Monsieur le représentant
du service en charge de la concurrence**



RAPPORT D'ANALYSE DE L'OFFRE

**DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC
EN VUE DE L'ORGANISATION ET DE L'EXPLOITATION DU SALON NAUTIQUE
MARSEILLE PROVENCE MÉTROPOLITAIN POUR LES ANNÉES 2013 - 2014 - 2015**

I/ OBJET DE LA DELEGATION DE SERVICE PUBLIC

Il s'agit d'une délégation de service public sous la forme d'un contrat d'affermage en vue de l'organisation et l'exploitation du Salon nautique Marseille Provence Métropole pour les années 2013-2014-2015 sur le port de plaisance de la Ciotat. Le contrat prendra effet à compter de sa notification et s'achèvera le 31 juillet 2015. La date de prise d'effet du contrat est prévue pour le mois de juillet 2012.

Le délégataire gère le service à ses risques et périls, sa rémunération étant substantiellement liée aux résultats d'exploitation du service. En contrepartie de la mise à disposition des équipements, le délégataire verse une redevance à la collectivité délégante.

La collectivité se réserve la faculté de participer aux dépenses du service dans les conditions fixées à l'article L2224-2 du Code Général des Collectivités Territoriales.

II/ RAPPEL DU DEROULEMENT DE LA PROCEDURE

Le Conseil de Communauté de la Communauté urbaine Marseille Provence Métropole a décidé par délibération n° 002-1348/09/CC en date du 21 octobre 2011 de déléguer l'organisation et l'exploitation du Salon Nautique Marseille Provence Métropole pour les années 2013-2014-2015, dans le cadre d'un contrat d'affermage.

Un avis d'appel public à la concurrence a été envoyé à la publication le 18 octobre 2011 dans le journal d'annonces légales la Provence et dans la revue spécialisée le Moniteur des travaux publics fixant la date et heures limite de réception des candidatures au 5 décembre 2011 à 16H 30.

Une seule entreprise a présenté sa candidature : le groupement GRAND PAVOIS / SAFIM

La commission de délégation de service public s'est réunie le 7 décembre 2011 et a procédé à l'ouverture des enveloppes contenant le dossier de candidature. Au sein du groupement, l'association GRAND PAVOIS est mentionnée en tant que mandataire du groupement, dont elle est le représentant.

Lors de sa séance du 14 décembre 2011, la commission de délégation de service public a considéré que la candidature du groupement GRAND PAVOIS / SAFIM était recevable et a admis que le candidat présente une offre.

Un dossier de consultation a donc été envoyé au candidat le 11 janvier 2012, la date limite de réception de l'offre étant fixée au 28 février 2012. La commission de délégation de service public a ouvert l'offre le 29 février 2012.

III/ CONTENU DU DOSSIER A REMETTRE PAR LES CANDIDATS DANS LE CADRE DE LEUR OFFRE

Le candidat a transmis à l'autorité déléguée un dossier complet comprenant les pièces suivantes :

1/ Le projet de contrat dûment complété par les propositions du candidat. Les candidats pourront dans le même temps émettre leurs éventuelles observations sur ce projet de contrat, sur un document distinct. En tout état de cause, durant la phase des négociations, l'autorité déléguée se réserve la faculté d'accepter ou de refuser les propositions de modification apportées au projet de contrat.

2/ Un Mémoire technique et économique qui devra exposer et développer, de manière claire et synthétique, les modalités de l'exploitation du service public délégué. Il devra comporter les éléments suivants :

- o les méthodes et moyens mis en œuvre pour assurer la commercialisation et la promotion du salon
- o le plan global du salon et une notice descriptive des aménagements (entrée de l'espace MPM, espaces exposants à terre et à flot, espace institutionnel et associatif, espaces animations, réceptif, restauration, techniques, sanitaires, presse, parking...)
- o une proposition d'aménagement de l'espace commun MPM/les Nauticales au Salon Nautique de Paris
- o les propositions de programmes et thématiques des manifestations envisagées en vue de développer l'attractivité du salon et son rayonnement au plan national et international
- o les moyens humains et matériels affectés à l'exploitation et au fonctionnement de chaque édition du salon, notamment pour assurer :
 - l'installation et l'agencement du salon ;
 - le déplacement des navires occupants le port et l'accueil des bateaux qui seront exposés ;
 - la commercialisation des espaces à terre et à flot ;
 - l'encaissement des recettes ;
 - et de manière générale chacune des missions prévues au document programme
- o le rétro planning pour l'édition 2013
- o le nombre total d'entrées gratuites, dont le nombre réservé à MPM
- o le détail des coûts d'exploitation ;
- o les propositions financières : tarifs (exposants, public, association), le montant de la redevance pour occupation du domaine public et leur formule de révision respective.

3/ un compte d'exploitation prévisionnel présenté par exercice sur la durée du contrat.

IV/ CRITERES DE JUGEMENT DES OFFRES

Les critères de jugement des offres sont les suivants, non hiérarchisés et non pondérés :

- les moyens techniques et humains mis en œuvre pour l'organisation et l'exploitation du salon
- les moyens techniques et humains mis en œuvre pour garantir un aménagement de qualité de l'espace MPM au Nautic de Paris.
- les moyens techniques et humains mis en œuvre pour assurer la commercialisation et la promotion, l'animation et l'attractivité du salon ;
- les conditions économiques de l'offre, appréciées au regard :
 - des coûts d'exploitation,
 - des propositions tarifaires,
 - des conditions de l'équilibre financier de la délégation.
- la valeur qualitative de la programmation et des actions d'animation, appréciée notamment au vu des éléments suivants :
 - la coordination de l'intervention des associations, clubs, professionnels, sportifs ou scientifiques pour l'animation du salon ;
 - les propositions de programme des animations et manifestations envisagées ;
 - les moyens mis en œuvre en vue de favoriser la sensibilisation aux politiques publiques et à l'environnement, les rencontres et la concertation entre tous les acteurs du monde de la plaisance et de la mer.
 - le plan d'aménagement du site par activités.
 - le rétro planning de l'édition 2013.

VI/ ANALYSE DE L'OFFRE DU GROUPEMENT SAFIM / GRAND PAVOIS

La particularité de la candidature réside dans la connaissance, l'expérience, et le savoir faire de ce groupement à savoir :

-La SAFIM est l'actuel délégataire du Salon nautique éditions 2010, 2011 et 2012.

-Le GRAND PAVOIS organise le salon nautique international à flot du Grand Pavois qui se déroule à La Rochelle depuis 1973. Ce salon international est une référence dans le domaine de l'événementiel nautique. En plus de l'organisation de nombreuses courses à voile (solitaire du Figaro...), l'association organise également le salon nautique international à flot de Shenzhen (Chine).

5.1 VALEUR QUALITATIVE DE LA PROGRAMMATION ET DES ACTIONS D'ANIMATION.

La proposition du candidat est de bonne qualité et répond de manière satisfaisante à l'objet de la DSP.

A/ Les thématiques

Le candidat propose trois thématiques :

-les sports nautiques avec l'organisation de compétitions. Le candidat propose d'asseoir deux évènements au niveau national voire international.

-la protection de l'environnement et le développement durable.

-les politiques publiques liées au littoral du territoire de MPM.

Les thématiques proposées répondent aux attentes de MPM. La proposition de créer un évènement sportif phare médiatique et de grande ampleur est très intéressante et peut donner au salon une nouvelle dimension.

B/ Les animations

Le candidat propose d'organiser des animations permanentes à savoir : Expositions, ateliers pédagogiques, sorties en mer et initiations.

Ainsi que des animations ponctuelles à savoir :

- Projections de films
- Conférences
- Débats
- Organisation de régates
- Concours de sports nautiques
- Jeux concours autour de thèmes phares

Le candidat a bien compris l'importance des animations auprès du grand public car on constate dans le budget prévisionnel une augmentation progressive sur les trois années du budget alloué à ce poste de dépenses :

2013 : 59 500 €

2014 : 60 988 €

2015 : 62 512 €

C/ Aménagement du salon

Le projet d'aménagement du salon est conforme aux prescriptions du document programme :

- **« Mise en scène attractive de l'entrée du salon »** : le délégataire propose une identité visuelle forte, un accueil confortable.
Le délégataire propose deux entrées visiteurs compte tenu de l'extension du Salon.

- « **Ergonomie, merchandising et signalétique** » : le délégataire propose un parcours signalé par une moquette rouge de deux mètres de largeur, ainsi que l'installation de pontons de liaison entre les pannes
- « **Programme des animations** » : il devra être mis en valeur et consultable en plusieurs endroits.
- « **Salles insonorisées** » : le délégataire prévoit une salle de conférence insonorisée et équipée ;
- « **Espace VIP** » : le délégataire accorde une importance toute particulière à cet espace qu'il qualifie de lieu de rencontre et de brief quotidien pour les professionnels du nautisme du salon et qu'il positionne dans un endroit stratégique du salon (vue sur le salon, vue sur mer).
- « **Passerelle mobile** » : le délégataire assure la mise en place et le fonctionnement de la panne mobile tel que prévu dans le programme.
- **Le candidat prévoit un espace supplémentaire : l'espace Presse et business center**. Cet espace, réservé aux journalistes, divisé en salles de presse et « café », est tout à fait opportun car il découle de la nouvelle mission dévolue au délégataire à savoir « assurer le service Presse du salon ».

Pour aménager l'**espace MPM**, le candidat a prévu une enveloppe de 25 000€, précisant que ce poste peut évoluer. Actuellement, La Communauté urbaine Marseille Provence Métropole dispose d'un espace d'environ 250 m2 (150 m2 en intérieur et 100 m2 en étage avec terrasse) + 25 m2 de tente d'accueil. Le coût de l'aménagement de cette structure (chapiteau, habillage des cloisons et plancher) s'élève en 2012 à 35 000€.

Pour les éditions futures, l'autorité délégante souhaite conserver un aménagement identique. Le budget de ce poste devrait donc être réévalué à la hausse.

Le projet d'aménagement est conforme au document programme, il mériterait cependant d'être plus détaillé.

D/ Le rétro planning pour l'édition 2013

Le rétro planning est précis et s'établit sur l'année N et N+1 ;

Le candidat propose d'organiser le salon sur une période raccourcie (6 jours au lieu de 9) du mercredi 20 au lundi 26 mars 2013 car les professionnels du nautisme ont de plus en plus de difficulté à mobiliser des équipes sur de longues périodes (difficultés logistiques et financières).

Selon le candidat, ces modifications n'auraient pas d'incidence sur la fréquentation du Salon.

Compte tenu de l'expérience en matière de Salon Nautique du Grand Pavois, cette proposition semble de nature à attirer de nouveaux exposants jusque là absents à cause du calendrier et à conserver les petits exposants actuels.

5-2 AMENAGEMENT DE L'ESPACE MPM/LES NAUTICALES AU NAUTIC DE PARIS

Pour aménager l'espace de MPM /les Nauticales au Nautic de Paris, le candidat a prévu une enveloppe de 100 000€ en précisant que ce poste peut évoluer en fonction de la mission à effectuer. On note que le candidat prévoit dans son mémoire la commercialisation des

Nauticales à Paris (planning de commercialisation des espaces p 12) conformément au document programme.

La présence physique de l'autorité délégante pourrait être limitée à l'organisation à la charge de MPM d'une journée de promotion institutionnelle sur le Nautic. Le Grand Pavois étant très largement représenté au salon de Paris, il est sans doute possible d'envisager une mutualisation des moyens. Le budget de ce poste devrait donc être réévalué à la baisse.

5-3 MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR L'ORGANISATION ET L'EXPLOITATION DU SALON LES NAUTICALES

A/ Les moyens humains

L'organisation et l'exploitation reposent sur des moyens humains propres au Grand Pavois et sur des prestataires externes.

Un Directeur technique sera responsable d'une équipe de régie générale pour encadrer et coordonner l'ensemble des prestataires missionnés pour l'installation du Salon.

La Direction administrative et financière du Grand Pavois assurera le contrôle de gestion et la tenue d'une comptabilité séparée au titre de la délégation. Ce dernier point est appréciable car il permettra un contrôle plus exhaustif de l'autorité délégante.

L'accueil sera supervisé par une équipe de professionnels pour accueillir les VIP, les partenaires et les personnalités à l'entrée principale du Salon.

La billetterie sera confiée à un professionnel de la gestion informatique et électronique des entrées.

Le service commercial du Grand Pavois sera responsable de la partie recettes et facturation. Deux à trois personnes seront présentes sur site deux jours avant et après le Salon.

Le nettoyage du Salon sera réalisé par un prestataire extérieur en charge de l'entretien quotidien des voies de circulation et des espaces publics et communs : entrées, espace MPM, Espace VIP, Espace Forum et Espace Presse. Le candidat prévoit 5 passages par jour dans les sanitaires. Le candidat prévoit un nettoyage approfondi un jour avant l'ouverture et l'inauguration.

Le prestataire devra communiquer et inciter au tri sélectif.

Le gardiennage effectué par un prestataire extérieur est évalué à 25 j de travail (surveillance 24 H sur 24) du premier jour de montage à la libération des lieux.

Les besoins humains sont complets mais mériteraient d'être plus détaillés quant aux nombres de jours de travail de l'équipe Grand Pavois estimées pour l'édition des Nauticales.

B/ Les moyens techniques

Le candidat présente les différents postes dans le respect du cahier des charges à savoir : les parkings, la restauration, la technique et logistique, les sanitaires, le nettoyage.

Toutefois, la partie relative au déplacement des bateaux des plaisanciers aurait mérité davantage de précisions techniques.

Les parkings :

Le candidat prévoit trois types de parking : un parking VIP de 60 places situé sur le front de mer, un parking exposants de 400 places situé à proximité du salon réparties sur le parking La Tasse, le parking Office du Tourisme, le Parking Mandras (terrain privé négocié par Grand Pavois). Une convention spécifique sera négociée par le candidat auprès des parkings Vinci. Un dépose minute sera réservée aux exposants aux abords du salon.

Les parkings visiteurs (800 places en semaine et près de trois fois plus le weekend) sont négociés par le candidat auprès de Vinci, la Ville de la Ciotat et Carrefour.

Un parking réservé à l'autorité délégante devra être mis en place à proximité du front de mer.

Les navettes gratuites :

Le candidat propose un système de navettes gratuites comme demandé dans le document programme. Ce système sera mis en place en partenariat avec une grande marque automobile pour les VIP et clients.

La restauration :

Le candidat propose de passer à l'instar des années précédentes une convention avec le restaurateur installé sur le bassin des capucins. Un espace restauration supplémentaire sera installé pour deux cents couverts. Par ailleurs deux points de restauration rapide seront répartis dans le salon.

La technique et la logistique :

Ces services seront regroupés dans un espace sous le contrôle du régisseur général du Salon.

Sanitaires :

Le candidat prévoit deux postes temporaires (avec accès aux PMR) répartis aux deux extrémités du Salon, ainsi que le poste de la capitainerie. Ces postes seront entretenus 5 fois par jour.

La libération du site :

Le plan d'implantation du salon fourni par le candidat va au-delà du Document Programme, ce qui constitue une réelle opportunité pour la croissance du salon.

Le cas échéant l'utilisation des pannes 800 et 900 et de la totalité du quai digue sud nécessiterait le déplacement de 98 bateaux supplémentaires.

Au regard du nombre total de bateaux déplacés, l'offre technique doit être précisée conformément au document programme.

A ce titre le délégataire doit

- assurer la logistique de dégagement du site (art 7 du document programme)

- proposer un plan de ventilation des usagers du Port de La Ciotat vers des ports d'accueil et sur des postes sécurisés
- rédiger les courriers aux gestionnaires des ports d'accueil et contractualiser avec eux
- prendre à sa charge l'ensemble des opérations techniques assurées sur les ports communautaires et extérieurs supposant des déplacements de bateaux et l'utilisation d'installations portuaires (art 8.1.8 du document programme)
- prendre en charge l'ensemble des convoyages nécessaires tel qu'il le prévoit dans son offre

En outre, le délégataire doit prendre la responsabilité et les couvertures d'assurances nécessaires pour l'ensemble des usagers du port concernés par le périmètre du salon (grutage, transport des bers...etc.) L'article 9.7 de l'offre concernant les Assurances n'évoque pas les garanties souscrites pour les usagers déplacés.

Un des atouts principaux de l'offre du candidat est l'extension de l'espace consacré au Salon, mais il doit être pris en compte sous réserve d'un pilotage précis des opérations, pilotage qui incombe au délégataire.

5-4 MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR LA COMMERCIALISATION, LA PROMOTION, L'ANIMATION ET L'ATTRACTIVITE DU SALON

A/ Les moyens humains

Pour le volet commercialisation, le candidat s'appuie sur une équipe composée de deux personnes : une directrice commerciale et son assistante. Le candidat préconise de renforcer l'équipe par un attaché commercial basé à Marseille pour un meilleur suivi des prospects.

Le grand Pavois met à disposition des Nauticales un service Partenariats Relations publiques composé d'une Directrice et plusieurs assistantes.

Pour le volet promotion, attractivité, le candidat s'appuie sur un service communication composé d'un Directeur de la Communication assisté d'une chargée de communication et des relations presse internationales.

Le service est renforcé 3 à 4 mois avant l'édition par des assistants. Le candidat préconise de s'appuyer ponctuellement sur une assistante communication /relations presse basée sur Marseille.

Le service Communication travaille en étroite collaboration avec les autres services du Grand Pavois à savoir : le service commercial, le service partenariat et relations publiques, le service technique.

La mutualisation des moyens humains avec le Grand Pavois est très profitable au Salon compte tenu de la notoriété et de l'organigramme du Grand Pavois. On note aussi avec satisfaction qu'il s'appuie aussi sur des compétences locales, notamment en matière de Presse.

B/ Les moyens techniques

Pour le volet commercialisation, le candidat préconise une stratégie commerciale fondée sur la mise en œuvre de moyens marketings et commerciaux coordonnés à savoir : réflexion sur

le positionnement du salon, prospection clientèle, optimisation des ventes de stand et accroissement du CA actuel, commercialisation des outils de communication, commercialisation d'une zone de restauration, élaboration de plans d'implantation des exposants, suivi commercial et relations clients toute l'année.

La stratégie du candidat en matière de commercialisation et d'attractivité est bien structurée et complète conformément aux besoins.

On note dans le planning de commercialisation la présence du candidat sur les grandes manifestations nautiques françaises et internationales (Cannes, La Rochelle, Gênes, Barcelone, Paris, Düsseldorf).

Le plan d'actions commerciales s'articule autour d'axes principaux : le recensement des clients potentiels (phoning, visites d'entreprises, recherches et veille sur Internet et dans la presse spécialisée, croisement avec les fichiers existants du Grand Pavois...etc.) ; missions commerciales liées (mise en place de grilles tarifaires de documents commerciaux, du guide de l'exposant, gestion de l'avancement de la commercialisation en fonction d'un rétro planning et d'un prévisionnel) la réflexion sur le visuel.

Concernant l'identité visuelle du Salon, élément essentiel de la politique marketing, le candidat préconise de créer une carte d'identité graphique de l'évènement reconnaissable et spécifique pour les visiteurs et les professionnels. Le visuel sera modifié chaque année. Le budget alloué à ce poste est de 12 000€ (4 292 € pour 2011). Ce poste semble surévalué et susceptible d'être négocié.

Pour le volet promotion attractivité, le candidat développe avec précision ses actions média et hors média.

Le candidat préconise un plan d'action média ayant pour vocation de consolider la notoriété du Salon, de conquérir de nouveaux visiteurs, de développer la reconnaissance du Salon auprès des professionnels.

Le candidat se fixe pour objectif de tirer l'offre et le visitorat du salon par le haut tant en qualitatif qu'en quantitatif. A ce titre, le candidat souhaite agir sur l'affichage, la presse nautique spécialisée (deux vagues de campagne en décembre et janvier pour le Nautic de Paris), la presse quotidienne régionale et gratuite et la radio en appui de l'affichage local.

On note avec intérêt la proposition avertie de refonte du Site Internet officiel. Les préconisations en la matière sont tout à fait adaptées : mise en place d'un compte Twitter, d'un profil Facebook, plan d'achats Media Internet, mise en place de jeux Internet.

La nouveauté par rapport aux éditions précédentes résidera dans le travail réalisé sur Internet et dans les réseaux sociaux. Le candidat prévoit pour le site un budget de 10 000 € pour 2013, (5 275 € pour 2011). Ce budget semble nécessaire compte tenu des faiblesses du site actuel.

Les actions hors media prévues par le candidat sont elles aussi novatrices :

- un pack communication pour les exposants contenant un pavé internet « présent aux Nauticales 2013 », un bloc logo pour les annonces presse ; un clip vidéo présentant les nauticales.
- Parrainages, sponsoring et mécénat avec un parrain à forte notoriété et parrainage avec une association type WWF ou SNSM
- Organisation de points presse dans d'autres salons : Nautic de Paris et Salon de la Rochelle

- Communication par l'objet : mise en place d'un bateau un mois avant l'édition sur le Vieux Port ou à l'aéroport
- Envoie de SMS à partir d'achat de fichiers et partenaires
- Affichage habillage Covering avec des véhicules habillés aux couleurs des nauticales circulant un mois avant le salon.
- Street marketing avec animations sur le vieux Port : distribution de cartes postales, troupes de personnages déguisés en marin.

Le candidat prévoit un budget de 18 500€ pour les actions hors Media (17 364 compte d'exploitation 2011), ce qui semble justifié compte tenu du nombre d'actions proposées.

Pour le volet Presse, le candidat a bien compris qu'il s'agit une nouvelle mission dont il aura la charge à savoir la prise en charge du service presse et des missions qui en découlent.

Ainsi le candidat liste de manière exhaustive les missions qui lui sont dévolues dès 2013.

- organisation d'une conférence de presse d'annonce et bilan du salon
- rédaction des communiqués et revues de presse
- relances téléphoniques
- gestion des relations presse
- mise en place de voyages de presse et petits déjeuners
- gestion d'un photographe officiel et élaboration d'une photothèque
- gestion d'un prestataire vidéo
- mise à jour des fichiers qui reste la propriété du Grand Pavois

La mission a été bien comprise par le candidat et elle est évaluée à 48 000€, ce qui est correct compte tenu des actions à mener tout au long de l'année.

Une procédure de validation des documents de presse par l'autorité délégante reste à mettre en place avec le délégataire.

5-5 CONDITIONS ECONOMIQUE DE L'OFFRE

A/ Les tarifs

Le candidat a fourni un tableau présentant les différents tarifs.

Le candidat préconise une augmentation des tarifs car les tarifs pratiqués par les Nauticales sont relativement bas par rapport aux autres salons nautiques français.

L'augmentation du tarif des emplacements serait progressive sur les trois années : 3% la première année puis 2,5% les deux années suivantes (exemples : pour un bateau à flot le prix de l'emplacement au mètre linéaire était de 100 € en 2012 , il sera de 103€ en 2013, le forfait pour les associations passe de 450€ en 2012 à 464 € en 2013)

Cette politique tarifaire consiste également à baisser les remises tarifaires pour les ramener à 10% (actuellement 18%).

Le candidat propose d'augmenter dans une moindre mesure les tarifs visiteurs : 7€ au lieu de 6 € la première année, pas d'augmentation les années qui suivent. Le billet demi-tarif reste à 3 € et la gratuité enfant reste inchangée.

Les quotas d'invitations restent inchangés pour l'autorité délégante (appelée à tort « partenaire principal » par le candidat).

Le candidat souhaite changer la formule des invitations exposants afin de favoriser la l'augmentation du nombre d'invitations diffusées: de 1 à 500 les invitations seront vendues 2 euro l'unité, au-delà la facturation se fera au réel des invitations effectivement récoltées à l'entrée.

La politique tarifaire du candidat trouve ses limites dans un contexte économique difficile.

B/ Recherche de partenariats

Le candidat souhaite reconduire les partenariats existants mais aussi rechercher de nouveaux partenaires dans l'univers de la voile ou des univers connexes (horlogerie, assurance, automobile).

Le candidat développe une méthodologie précise de recherche de prospects, notamment en ce qui concerne le développement d'opérations de relations publiques.

Le programme de recherche de financement privés tel qu'il est décrit est ambitieux, toutefois la part de produits qu'il représente dans le budget reste modeste (40 000 €, pour 2011 47 000€).

C/ Analyse des comptes d'exploitation prévisionnels

Le candidat présente des **comptes d'exploitation prévisionnels** par année et par poste sur les trois années de délégation de service public.

Le budget est de :

1 489 440 € pour 2013 (1 159 857,30 € dont 105 706€ de déficit pour 2011). Soit une augmentation de 22,12 % par rapport au budget 2011.

1 541 025 € pour 2014

1 593 940 € pour 2015

L'augmentation du budget est due :

- à quatre nouveaux postes de dépenses :
 - poste de création du visuel de la manifestation (12 000 € HT)
 - poste de relations presse (48 000 € HT)
 - aménagement du stand MPM aux Nauticales (25 000 € HT)
 - aménagement du stand MPM au Nautic de Paris (100 000 € HT)

- à l'augmentation des postes de dépenses :
 - aménagement de l'espace VIP (+ 10 000€ HT par rapport 2011)
 - refonte du site internet (+ 5000 €)

- à l'augmentation générale de chaque poste de dépense

On note que la proposition du candidat de réduire la durée du salon ne fait pas apparaître de diminution sur les postes de dépenses relatifs à la logistique tels que gardiennage, nettoyage, hôtesse.

Le **chiffre d'affaires emplacements** est évalué à :

635 465 € HT en 2013
679 664 € HT en 2014
727 022 € HT en 2015

La charge complémentaire afférente à l'extension du périmètre est compensée par l'augmentation proportionnelle du CA emplacements.

D/ Redevance d'occupation du domaine public

Le candidat s'engage à reverser à MPM une **redevance** pour chaque édition telle que prévue au cahier des charges qu'il évalue à :

28 093 € HT pour 2013 (59 491 € pour 2011 soit une baisse de 52,77%)
39 833 € HT pour 2014
51 712 € HT pour 2015

Il prévoit une redevance calculée sur une partie fixe et une partie variable fixée à 20% du chiffre d'affaires emplacements et partenariats au-delà de 700 K€. Ce mode de calcul est différent du contrat antérieur qui fixait la part variable sur 20% du CA emplacements excédant 370 K€ et 40% du CA partenariats excédant 30 K€.

Compte tenu de la politique offensive du candidat en matière de recherche de partenaires privés tel qu'il l'a décrite dans son offre ce montant de redevance paraît insuffisant pour la première année et devrait évoluer à la hausse pour les années suivantes.

D'autant que le candidat prévoit une hausse régulière du CA Partenariats (40 000 € HT en 2013, 45 000 € HT en 2014, 50 000 € HT en 2015)

E/ Equilibre financier du contrat

La participation de MPM afin de parvenir à l'équilibre est évaluée par le candidat à :

748 975 € HT pour 2013 (420 033 € pour 2011 soit une augmentation de + 43,9%)
743 861 € HT pour 2014
739 418 € HT pour 2015

Compte tenu de l'évolution de certains postes de dépenses notamment l'aménagement de l'espace MPM/les Nauticales au Nautic de Paris, le budget global et de fait la participation de MPM devrait évoluer proportionnellement à la baisse.

VI /SYNTHESE DE L'ANALYSE DE L'OFFRE DU CANDIDAT

Au niveau technique, l'offre du candidat GRAND PAVOIS répond correctement au cahier des charges. Le plan d'aménagement du salon va même au-delà des contraintes imposées par le document programme.

Toutefois, tenant compte des nouvelles propositions d'extension, le candidat n'a pas suffisamment détaillé le projet d'aménagement et la libération du site.

Par ailleurs le candidat n'a pas fourni la garantie d'une prise d'assurance spécifique pour la prise en charge des risques de dégâts pour l'ensemble des bateaux déplacés tel que demandé dans le document programme.

Sur le plan financier, certains postes sont susceptibles d'être revus notamment :

- poste de création du visuel de la manifestation (12 000 € HT)
- aménagement du stand MPM au Nautic de Paris (100 000 € HT)

Certains points doivent être explicités :

- nombre de jours affectés à la mission pour le personnel GRAND PAVOIS mis à disposition de l'évènement.
- effectif et nombre d'heures effectuées du personnel externe : gardiennage, nettoyage, hôtesses.

En conclusion, le candidat suit correctement les prescriptions du document programme.

Les moyens humains et techniques mis à disposition par le candidat sont complets et conformes aux besoins définis par MPM.

La stratégie mis en avant par le candidat (extension du salon et recherche d'un positionnement international, affirmation d'une identité propre, recherche de partenaires financiers privés...) correspond aux objectifs de MPM.

L'expérience locale de la SAFIM jumelée au savoir faire du GRAND PAVOIS en matière de salon nautique international garantissent une exécution optimale du service.

Enfin, la proposition financière doit être revue et son équilibre général amélioré au profit de MPM.

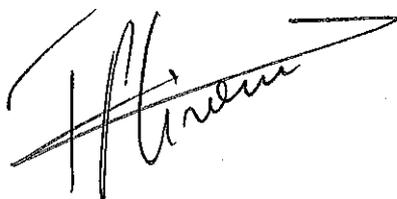
L'auteur du rapport
Pascale GUERY



Le Directeur de la Communication
Eric ANGELICA



Le Directeur de Cabinet
Jean-Paul GIRAUD



06 AVR. 2012



COMMUNAUTE URBAINE MARSEILLE PROVENCE METROPOLE

**DELEGATION DE SERVICE PUBLIC
POUR L'ORGANISATION ET L'EXPLOITATION
DU SALON NAUTIQUE MARSEILLE PROVENCE METROPOLE
EN 2013, 2014 ET 2015**

Entre :

La Communauté urbaine MARSEILLE PROVENCE METROPOLE, ayant son siège au Pharo - 58 Boulevard Charles Livon - 13007 MARSEILLE, représentée par son Président en exercice, Monsieur Eugène CASELLI, dûment habilité à la signature des présentes par délibération du Conseil de Communauté du 29 juin 2012.

Ci-après désigné la « **la collectivité délégante** »

D'une part,

Et :

Le groupement d'entreprises constitué des sociétés Association le Grand Pavols et SAFIM représenté par son mandataire **le Grand Pavols** dont le siège social est situé avenue du lazaret, port des Minimes, 17042 La Rochelle, représenté par son Commissaire Général, Christophe Vieux, dûment habilité à agir aux présentes.

Ci-après désigné le « **délégataire** »

D'autre part,

CHAPITRE I – DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 1 – OBJET DE L’AFFERMAGE

La présente convention a pour objet de confier au délégataire, à titre exclusif, dans le cadre d'un contrat d'affermage, l'organisation et l'exploitation du Salon Nautique Marseille Provence Métropole pour les éditions 2013, 2014 et 2015 sur une partie de plans d'eau et de terre-pleins du port de plaisance de La Ciotat décrite à l'article 2 de la présente convention.

ARTICLE 2 – PERIMETRE DE LA DELEGATION ET OCCUPATION DU DOMAINE PUBLIC PORTUAIRE

La Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole met à disposition du délégataire, afin de lui permettre d'assurer l'exploitation du service défini à l'article 1, les installations et ouvrages portuaires du port de plaisance de La Ciotat suivantes :

- o pannes 100, 200, et 300 conformément aux charges d'utilisation maximum suivantes :
 - panne 100 : 250 kg au m²
 - panne 200 : 250 kg au m²
 - panne 300 : 400 kg au m²
 - panne 400 babord : 250 kg au m²
- o les quais Capucins, petite grue, grande grue et la digue nord du bassin des Capucins ;
- o l'ensemble des terre-pleins autour du Bassin des Capucins, de l'aire de carénage et des parkings de la Capitainerie ;
- o le quai Bérrouard, le quai digue Sud et les terres pleins en régle directe autour du bassin Bérrouard

soit 28 000 m² de terre plein d'exposition et 17 300 m² de plan d'eau.

Un descriptif technique desdites installations figure à l'annexe n°1 de la présente convention.

ARTICLE 3 – DUREE DE L’AFFERMAGE

Après transmission au contrôle de légalité, la présente convention prendra effet à compter de sa notification par la collectivité délégante au délégataire et prendra fin le 31 juillet 2015.

ARTICLE 4 – IDENTIFICATION DU DELEGATAIRE

Le délégataire s'engage à informer immédiatement, par écrit, la collectivité délégante de la survenance de tout événement susceptible d'affecter l'exécution de la présente convention.

Le délégataire est tenu d'informer la collectivité délégante :

- de la modification de sa forme juridique ;
- de la modification de ses statuts.

En outre, il est tenu d'informer la collectivité délégante :

- des modifications se rapportant aux personnes ayant le pouvoir d'engager l'entreprise ;
- des modifications de sa raison sociale ou de sa dénomination ;
- du changement de son adresse ou de son siège social ;
- et, plus généralement, de toutes modifications importantes du fonctionnement de l'entreprise.

ARTICLE 5 – CESSION

Toute cession partielle ou totale du présent contrat est subordonnée à l'accord préalable de la collectivité délégante, demandée par lettre recommandée avec accusé de réception.

Par cession de contrat, on entend tout remplacement du délégataire par un tiers au contrat en cours d'exécution.

Il en va ainsi de toute transmission de patrimoine ou de cession d'actifs, notamment par scission ou fusion, qui entraîne un changement de la personnalité morale du délégataire.

La cession du contrat doit s'entendre comme la reprise pure et simple, par le cessionnaire, de l'ensemble des droits et obligations résultant du contrat initial. Elle ne saurait être assortie d'une remise en cause des éléments essentiels du contrat initial tels que notamment la durée, la nature de la mission confiée, et les conditions financières.

Le cessionnaire est entièrement subrogé dans les droits et obligations du cédant et doit s'engager à reprendre intégralement à l'égard de la collectivité délégante l'exécution de toutes les obligations découlant de la présente convention et des éventuelles conventions conclues pour son exécution.

ARTICLE 6 – SUBDELEGATION

Le délégataire pourra subdéléguer une partie des missions qui lui sont confiées à un ou plusieurs subdélégataires à la condition expresse qu'il conserve la responsabilité entière du service et qu'il y ait été autorisé au préalable par la collectivité délégante.

Les contrats de subdélégation devront être établis pour une durée inférieure ou égale à celle de la convention d'affermage.

Le délégataire fera son affaire de tout contentieux pouvant survenir du fait de cette subdélégation.

CHAPITRE II – CONDITIONS D'EXPLOITATION

ARTICLE 7 – CONDITIONS GENERALES D'EXPLOITATION

Le délégataire veille à ce que l'organisation et l'exploitation du salon nautique s'effectuent dans le respect des dispositions législatives et réglementaires afférentes à ce type d'activités.

Le délégataire est responsable du fonctionnement du service et l'exploite à ses risques et périls. Il est tenu d'assurer la continuité du service public qui lui est délégué.

Le délégataire exploite le service en professionnel compétent et y apporte tous ses soins de manière à le faire prospérer. Il doit notamment :

- proposer les dates du salon, sa durée et les horaires d'ouverture ;
- concevoir l'organisation et l'aménagement du salon dans le respect des objectifs fixés par la collectivité délégante ;
- prendre à sa charge la structure et le mobilier de l'espace MPM sous la direction de l'autorité délégante
- gérer les installations et équipements nécessaires à l'accueil des exposants ;
- assurer la commercialisation des espaces à terre et à flot du salon notamment lors du Salon Nautique de Paris
- prendre en charge la présence de MPM Les Nauticales au Salon Nautique de Paris au titre de la commercialisation,
- coordonner l'intervention des associations, clubs, professionnels, sportifs ou scientifiques pour l'organisation de l'animation du Salon ;
- assurer la communication (plan média, identité visuelle) et le service de presse du Salon ;
- assurer la commercialisation des espaces à terre et à flot ;
- développer la qualité du contenu et l'attractivité du salon, tant auprès du grand public que des médias ;
- procéder à l'accueil des bateaux ;
- installer les équipements, accessoires, services d'accueil et commodités nécessaires à l'accueil des exposants ;
- assurer la logistique de dégagement du site
- coordonner l'intervention des associations, clubs, professionnels, sportifs ou scientifiques ;
- assurer les relations avec les partenaires logistiques ;
- consolider et rechercher des partenariats financiers ;
- prendre en charge l'intégralité des dépenses nécessaires, et notamment, à titre indicatif : les coûts de la promotion commerciale et des missions d'animation, les coûts des assurances ;
- encaisser les recettes commerciales (pour l'occupation des terre-pleins et du plan d'eau et la billetterie).

ARTICLE 8 – CARACTERISTIQUES DETAILLEES DES PRESTATIONS

8.1 - Fonctionnement du salon

8.1.1 - Comité technique de suivi :

Un Comité technique de suivi est constitué des représentants des acteurs principaux du salon (MPM, Ville de La Ciotat, délégataire). La composition précise de ce Comité est définie par la collectivité délégante.

L'organisation et le suivi des réunions seront assurés par la collectivité délégante. Sans observation des destinataires, les décisions figurant dans le compte-rendu seront considérées comme approuvées dans un délai de 8 jours à compter de sa réception.

8.1.2 – Etablissement du planning général d'organisation

Le délégataire est tenu, chaque année, de présenter au Comité technique de suivi :

- 1) *Au plus tard 2 mois après la fermeture du salon :*
 - le bilan du salon ;
 - un état d'indemnisation des dégâts occasionnés aux tiers (usagers du port et exposants)
 - les propositions de dates, durée et horaires du salon à venir ;
 - le rétro-planning détaillé de l'édition à venir.
- 2) *au plus tard fin octobre*
 - les propositions de visuels du salon
- 3) *Au plus tard en novembre :*
 - les orientations du programme des animations et l'identité visuelle du salon à venir ;
 - le plan média détaillé mis en œuvre pour la promotion du salon auprès des professionnels, des publics ciblés et du grand public ;
 - le ou les parrains du salon à venir.
 - Un plan d'aménagement de l'espace commun MPM /les Nauticales au Nautic à Paris et aux Nauticales à La Clôtat
 - Effectuer la réservation des postes d'accueil pour les plaisanciers déplacés
- 4) *Au plus tard 6 semaines avant la tenue du salon :*
 - l'état et les perspectives de la commercialisation ;
 - la présentation de l'agencement du salon ;
 - le projet du plan de mouillage sur la base des perspectives de commercialisation ;
 - la remise du dossier de sécurité ;
 - les grandes lignes du programme des animations
- 5) *Au plus tard 3 semaines avant la tenue du salon :*
 - le programme détaillé des animations du salon.

8.1.3 – Commercialisation des espaces du salon

Le délégataire commercialise les espaces à terre et à flot du salon.

Il contractualise avec les exposants et les prestataires tous les engagements juridiques (réservations, locations, etc.) et encaisse les redevances.

Il propose à la collectivité délégante des modèles de contrat et d'engagement et tient à sa disposition le détail précis des démarches qu'il engage (plaquette commerciale de prospection, etc.).

8.1.4 – Gestion et coordination des relations avec les partenaires logistiques

Le délégataire se rapproche des services compétents des gestionnaires de parkings pour proposer une offre de stationnement attractive aux visiteurs du salon. Des parkings de proximité sont réservés aux VIP.

Le délégataire remet à la collectivité délégante au minimum 50 badges de parking pour ses agents, les VIP et les animateurs du stand MPM. Il réserve également 10 badges de parking VIP journaliers pour les intervenants.

Le délégataire prévoit la mise en place de navettes gratuites (toutes les 20 mn) entre le salon et les parkings de périphérie mis en place le week-end par la Ville de La Ciotat. Ce service est assuré dès l'ouverture du salon jusqu'à ½ heure après sa fermeture. Le délégataire prévoit également un système de navettes au départ de la gare Saint-Charles à Marseille pour les visiteurs pré inscrits via le site internet.

Le délégataire propose une solution pour le stationnement des exposants afin de dédier des places le long du salon aux visiteurs et organise un système de « dépose minute » pour les livraisons des exposants.

Le délégataire met en place une signalétique permettant aux visiteurs de situer facilement les différents parkings et l'accès au salon.

8.1.5 – Services de restauration

Le délégataire assure la mise en place d'une offre de restauration adaptée aux salons, en prenant soin notamment :

- o de sélectionner les offres de restauration en fonction de leur capacité à servir rapidement un nombre important de couverts ;
- o de porter une attention particulière à la qualité des menus proposés.

8.1.6 – Sanitaires

Le délégataire assure la mise en place, en différents points du salon et sur au moins 2 sites, de sanitaires en nombre suffisant. Il est précisé que le public a en outre accès aux sanitaires de la Capitainerie.

Le délégataire veille à ce que soit apportée une attention particulière à l'esthétique, l'hygiène, la propreté (au minimum 5 nettoyages quotidiens intensifiés le week-end), l'accessibilité des sanitaires et à la protection de l'environnement.

8.1.7 – Agencement du salon

L'agencement général du salon et notamment la signalétique, devra tenir compte de la charte d'identité visuelle du salon telle que définie par la collectivité délégante, révisable chaque année.

- o **Mise en scène attractive de l'entrée du salon** : le délégataire propose un agencement soigné, innovant et haut de gamme dans tout le périmètre de l'entrée afin de garantir une première bonne impression aux visiteurs.
- o **Aménagement de l'espace MPM** : L'espace MPM sera contigu à l'espace VIP. L'espace sera spacieux, agréable et aménagé de façon harmonieuse.
- o **Ergonomie, merchandising et signalétique** : le délégataire propose un circuit de visite intuitif, organise des parcours différents, prévoit la présence de « points infos » et de plans généraux du salon ; il prévoit notamment un dispositif destiné à inciter le public à se rendre sur les pannes (fléchages, tapis à l'entrée des pannes, accès aux bateaux, etc.).

- o **Programme des animations** : il devra être mis en valeur et consultable en plusieurs endroits.
- o **Forum institutionnel et associatif** : il doit être attractif et facilement repérable (signalétique dédiée). Son aménagement doit être spacieux et lumineux (bâches cristal).
- o **Salles insonorisées** : le délégataire prévoit, au sein du salon, la présence d'au moins une salle insonorisée pour l'organisation de conférences, rencontres, projections, expositions.
- o **Espace VIP** : l'espace VIP, comportant un espace cocktail et un espace privatisable, sera contigu à l'espace MPM.
- o **Passerelle mobile** : le délégataire assure la mise en place d'une passerelle mobile sécurisée permettant de boucler le circuit du salon ; il devra la faire fonctionner pendant toute la durée du salon. Cette panne devra avoir une largeur minimum de 4 m pour assurer une circulation en double sens des visiteurs.

8.1.8 – Opérations techniques

Le délégataire doit obtenir toutes les autorisations administratives nécessaires à l'organisation du salon, notamment auprès de la Commission de Sécurité Départementale. La collectivité délégante aura le droit de se faire présenter tout justificatif.

Le délégataire doit respecter le règlement de police du port de La Ciotat en date du 20 décembre 1999, le porter à connaissance de tous les participants et prendre toutes dispositions pour en faire assurer le respect.

Le délégataire procède à l'installation de stands et d'installations provisoires sous sa responsabilité. Ces installations devront être conformes à la réglementation en vigueur au regard de la sécurité en général, ce que le délégataire et lui seul a l'obligation de vérifier.

Le délégataire décharge expressément la collectivité délégante de toute responsabilité du fait de l'installation de ces stands et installations provisoires et s'interdit tout recours envers la collectivité délégante pour quelque motif que ce soit.

Le délégataire prend en charge l'ensemble des opérations techniques assurées sur les ports communautaires et extérieurs supposant des déplacements de bateaux et l'utilisation des installations et équipements portuaires : transports des bers, grutage des bateaux, pointage départs et arrivées des navires des usagers du port et des exposants, contrôle des navires des usagers dans les ports d'accueil.

Le délégataire établit avec l'assistance du Maître de port de La Ciotat un plan de ventilation des bateaux sur des postes sécurisés dans les ports d'accueil afin de permettre la libération du périmètre d'exposition du salon de l'ensemble des navires des usagers. Il rédige les courriers adressés en ce sens aux gestionnaires de port et assure la contractualisation avec ces derniers.

Le délégataire prend en charge l'ensemble des convois nécessaires.

W

Il prend à sa charge toutes les mesures nécessaires pour se raccorder à ses frais aux réseaux électricité et s'engage pour tout autre branchement à prendre l'attache de la Direction des ports, pour en déterminer les conditions.

Le délégataire propose un plan de mouillage des exposants, validé au préalable par la collectivité délégante, et assure sa mise en œuvre (fonction de commissaire de quais et de placiers). Il assure la mise à l'eau de tous les bateaux d'exposition.

Il assure l'adaptation du plan de mouillage pour l'accueil des bateaux des exposants, sa maintenance et la remise en état des installations initiales à l'issue du salon, par la réalisation, si nécessaire, de travaux sous-marins.

L'organisateur assure à sa charge l'adaptation des infrastructures portuaires aux caractéristiques des bateaux accueillis dès l'arrivée des premiers exposants.

Le délégataire garantit l'enlèvement, sous 5 jours, des bateaux des exposants afin de permettre aux usagers du port de récupérer leur place dans les délais convenus.

Le délégataire prendra toutes les mesures pour éviter les rassemblements de foule sur les pontons et les cales qui pourraient entraîner soit des dégâts aux installations soit des accidents au-delà des charges maximum.

Le délégataire s'assure de la remise en état des défauts de voirie consécutifs à la pose des ancrages des halls et dalots.

Le délégataire effectue le nettoyage du périmètre mis à disposition dès le 1^{er} jour suivant la fermeture du salon.

8.1.9 – Contraintes tarifaires

Le délégataire prévoit des tarifs différents et attractifs en fonction de la catégorie d'usagers du service (enfant, famille, professionnels...).

Le délégataire prend en charge la billetterie électronique dans le respect de l'identité visuelle du salon telle que définie annuellement par la collectivité délégante.

Le nombre d'entrées gratuites diffusées sera défini en concertation avec la collectivité délégante.

8.1.10 – Sécurité

Le délégataire est chargé d'assurer la sécurité et la surveillance du salon par tous les moyens nécessaires (présence d'agents de sécurité 24h/24, maîtres chiens,...).

8.2 - Communication

La collectivité délégante est le partenaire titre et principal.

Le délégataire prend à sa charge :

- **la conception de l'identité visuelle du salon** : recherche de nom, logo-titre, charte graphique et déclinaisons sur l'ensemble des supports de communication pour chacune des 3 éditions. Le délégataire soumettra l'ensemble des visuels à validation de la Direction de la Communication de MPM.

CV

La collectivité délégante prend à sa charge :

- **l'organisation du protocole** en lien avec le délégataire.

8.3 – Développement et promotion du salon

8.3.1 – Fichiers clients/invités

Le délégataire propose, avant d'entamer toute démarche, une validation systématique des correspondances et autres documents à transmettre aux partenaires ainsi que des modèles-type.

8.3.2 – Site internet dédié

Le délégataire doit créer un site internet dédié au salon, attractif et adapté à l'identité visuelle du salon. Il prévoit notamment un site bilingue et qui permette la diffusion d'informations accessible aux différentes catégories d'utilisateurs (particuliers, professionnels, ...). Le délégataire procède à la mise à jour régulière du site.

Le contenu du site doit être validé par le Comité technique de suivi. Le délégataire prend en charge la réalisation, les mises à jour et évolutions ainsi que l'hébergement du site.

La collectivité délégante reste propriétaire du nom de domaine.

8.3.3 – Etablissement du pré-programme du salon

Le délégataire propose au Comité technique de suivi le pré-programme du salon à venir qui doit notamment exposer la thématique générale, les animations majeures, le parrain de l'édition, les expositions et colloques prévus, etc.

Le pré-programme doit être validé de manière à être présenté au Salon Nautique de Paris (1^{ère} semaine de décembre) pour permettre ainsi de communiquer sur le stand Les Nauticales avec MPM pendant cette manifestation.

8.3.4 – Développement de la culture nautique, de l'évènementiel et du rayonnement du salon

Le délégataire s'engage notamment à inviter 2 ou 3 grandes personnalités du nautisme (champions, skippers, explorateurs, architectes navals, chantiers, Marine Nationale, sociétés de sauvetage en mer, ...).

Il doit également créer des événements nautiques et valoriser le côté « à flot » du salon (organisation de régates, démonstrations, runs, essais, initiations, ...).

8.3.5 – Développement des partenariats avec les associations

Le délégataire s'engage à développer les partenariats avec les associations.

ARTICLE 9 – ENTRETIEN

9.1 – Travaux d'entretien et réparations

Or

Tous les ouvrages et équipements mis à disposition du délégataire pour l'exploitation du salon devront être entretenus en bon état de fonctionnement et, si nécessaire, en cas de détérioration, réparés par ses soins à ses frais.

La délégataire devra installer des poubelles en nombre suffisant et procéder à l'évacuation des matières usées et à l'enlèvement des ordures de toute nature.

Le remplacement des équipements détériorés, vétustes ou cassés sera exécuté dès que le défaut en sera constaté.

9.2 – Exécution d'office des travaux de remise en état

Faute pour le délégataire de pourvoir à la remise en état des ouvrages et installations qu'il aurait détériorés, la collectivité délégante pourra faire procéder, à ses frais, à l'exécution des travaux nécessaires, après mise en demeure restée sans effet dans un délai de 15 jours à compter de sa réception.

9.3 – Nettoyage

Le délégataire doit procéder au nettoyage du périmètre mis à disposition pour l'organisation et l'exploitation du salon avant son ouverture (pour l'inauguration), pendant toute la durée de la manifestation et après sa clôture.

Pendant toute la durée du salon, il doit notamment maintenir en bon état de propreté les parties communes et le forum institutionnel.

A l'issue du salon, le délégataire effectue un nettoyage complet du site dès le 1^{er} jour suivant la clôture.

ARTICLE 10 – PERSONNEL

Le personnel nécessaire à l'organisation et l'exploitation du salon est recruté, rétribué et encadré par le délégataire conformément au droit du travail.

Dans un délai d'un mois à compter de la prise d'effet de la présente convention, le délégataire communique à la collectivité délégante :

- l'organigramme nominal et fonctionnel du personnel permanent affecté au service délégué et la convention collective qui lui est applicable ;
- les prévisions d'effectifs du personnel temporaire (CDD, intérim ou sous-traitance) qui sera affecté à l'exploitation du service ainsi que leur traduction en équivalent temps-plein par catégorie professionnelle.

Toute modification de l'organigramme ou de la convention collective fera l'objet d'une information de la collectivité délégante dans le mois qui suit la modification

CHAPIRE III - CONDITIONS FINANCIERES

ARTICLE 11 – TARIFS

Les tarifs pratiqués répondent aux exigences d'une exploitation optimale de la manifestation. Ils sont approuvés par la collectivité délégante.

CV

Les tarifs des entrées visiteurs pour les éditions 2013-2014-2015 figurent à l'annexe n°2 de la présente convention.

Dans ses propositions tarifaires, le candidat doit respecter les dispositions suivantes :

- tarifs préférentiels et promotionnels (famille, professionnels, clubs et associations) ;
- entrées gratuites : le nombre d'entrées gratuites est défini en concertation avec la collectivité délégante. Le nombre d'entrées gratuites réservé à la collectivité délégante devra lui être remis au plus tard 1 mois avant l'inauguration du salon
- invitations spécifiques : inauguration, journées « conférences et débats », e-invitations, « opérations MPM ».

ARTICLE 12 – INDEXATION DES TARIFS

Les tarifs visiteurs ne font l'objet d'aucune indexation.

ARTICLE 13 – REMUNERATION DU DELEGATAIRE

La rémunération du délégataire est constituée substantiellement par les ressources que lui procure l'exploitation du salon.

Ces ressources sont réputées permettre au délégataire d'assurer l'équilibre financier de l'affermage dans les conditions normales de fréquentation.

Pour couvrir ses charges d'exploitation, le délégataire se rémunérera :

- auprès des visiteurs du salon, moyennant la perception des tarifs ;
- auprès des exposants et différents annonceurs du salon.

Par ailleurs, le délégataire s'engage à rechercher tout partenariat financier.

ARTICLE 14 – CONTRIBUTION FORFAITAIRE DE LA COLLECTIVITE DELEGANTE

Les tarifs ne pouvant être fixés à un niveau suffisant pour couvrir les charges d'investissement compte tenu de la volonté de maintenir l'attractivité du salon dans un contexte très concurrentiel, nécessitant des entrées gratuites et des tarifs préférentiels, la collectivité délégante s'engage sur la base des comptes d'exploitation prévisionnels joints en annexe n°3 à participer aux dépenses du service par le versement d'une contribution forfaitaire non révisable, à hauteur du montant suivant :

- édition 2013 : 699 800 HT €
- édition 2014 : 697 278 HT €
- édition 2015 : 687 219 HT €

La collectivité s'acquittera en sus de la TVA sur cette subvention, au taux légal en vigueur, actuellement de 19,60 %.

La contribution forfaitaire sera acquittée en trois versements :

CV

- le délégataire adressera à la collectivité, le 31 décembre de l'année n-1 de l'édition concernée une demande de versement de 30 % de la contribution annuelle, sur présentation du compte d'exploitation prévisionnel ;
- le délégataire adressera à la collectivité, le 28 février de l'année n de l'édition concernée une demande de versement de 30 % de la contribution annuelle, sur présentation du compte d'exploitation prévisionnel ;
- le délégataire adressera à la collectivité la demande de versement du solde au 31 mai de l'année n de l'édition concernée, accompagnée du rapport annuel du délégataire visé à l'article 19-1 de la présente convention.

La collectivité délégante s'acquittera de la contribution dans les 30 jours à compter de la réception de la demande.

Toute somme non versée dans les délais donnera lieu au paiement d'intérêts moratoires, calculés aux taux d'intérêt légal majoré de 2 points, après mise en demeure adressée par lettre recommandée avec accusé de réception restée infructueuse dans un délai d'un mois.

ARTICLE 15 – REDEVANCE POUR OCCUPATION DU DOMAINE PUBLIC DELEGUE

Le délégataire verse à la collectivité délégante une redevance au titre de l'occupation du domaine public portuaire et des ouvrages mis à disposition pour les besoins de la délégation.

Cette redevance comporte une part fixe forfaitaire et une part variable calculée comme indiqué ci après :

Part fixe :

- édition 2013 : 20 000 HT €
- édition 2014 : 20 400 HT €
- édition 2015 : 20 808 HT €

Part variable :

Pour chaque édition, le délégataire versera une part variable fixée à 20% du CA emplacements et partenariats au-delà des seuils suivants :

- édition 2013 : 730 000 HT €
- édition 2014 : 751 900 HT €
- édition 2015 : 774 457 HT €

La redevance est payée selon les modalités suivantes :

- en ce qui concerne la part fixe, avant le 15 mars de chaque année, sous réserve de la réception par le délégataire du titre de recette correspondant au plus tard le 15 février de l'année considérée ;
- en ce qui concerne la part variable, au plus tard le 31 juillet de chaque année, sous réserve de la réception par le délégataire du titre de recette correspondant au plus tard le 30 juin de l'année considérée ; étant précisé que devra être jointe au rapport annuel du délégataire une attestation détaillée du chiffre d'affaires délivrée par le Commissaire aux comptes de la société.

GW

En cas de retard de plus de 30 jours calendaires dans les paiements, la redevance donnera lieu automatiquement au paiement d'intérêts moratoires, calculés aux taux d'intérêt légal majoré de 2 points, sans mise en demeure.

ARTICLE 16 – REVISION DES CONDITIONS FINANCIERES

Sans remettre en cause l'économie générale du contrat, mais pour tenir compte de l'évolution des conditions économiques et techniques, les conditions financières du contrat pourront être soumises à réexamen, à l'initiative de l'une ou l'autre des parties du contrat notamment si la collectivité délégante décide, pour un motif d'intérêt général, de faire évoluer les tarifs des services d'une façon différente de celle prévue à l'origine du contrat.

Préalablement à la révision des tarifs, le délégataire produira les comptes du service délégué. Il devra indiquer le cas de révision dans lequel il estime se trouver, et apporter toutes les justifications chiffrées et détaillées susceptibles de fonder sa demande de révision.

La collectivité délégante pourra procéder à un contrôle sur pièces et sur place des informations données par le délégataire.

L'accord entre les parties sur le principe et les modalités de la révision doit faire l'objet d'un avenant à la présente convention.

Si dans les trois mois à compter de la demande de révision, un accord entre les parties n'est pas intervenu, la collectivité délégante et le délégataire pourront convenir de solliciter l'avis d'une commission composée de trois membres, dont l'un sera désigné par la collectivité délégante, l'autre par le délégataire et le troisième par les deux premiers.

Faute pour ceux-ci de s'entendre dans un délai de 15 jours sur la désignation du troisième membre, il y sera procédé par le Président du Tribunal Administratif territorialement compétent saisi à l'initiative de la partie la plus diligente.

Il en sera de même pour les membres qui n'auraient pas été désignés par l'une ou l'autre des parties à compter de l'expiration de la période de trois mois indiquée ci-dessus.

En cas de désaccord entre les parties pour s'en remettre à l'avis de la commission sur le principe et/ou le contenu d'un avenant, le Tribunal Administratif territorialement compétent pourra être saisi à l'initiative de la partie la plus diligente.

En tout état de cause, un avenant à la présente convention ne saurait avoir pour effet de bouleverser l'économie de la délégation de service public ni d'en changer l'objet.

ARTICLE 17 – REGIME FISCAL

Le délégataire prendra en charge uniquement les impôts et taxes liées à l'exploitation du service délégué, à l'exclusion de tous les impôts inhérents à la propriété des ouvrages et à leur existence.

W

CHAPITRE IV – RESPONSABILITES – CONTROLES - SANCTIONS

ARTICLE 18 – RESPONSABILITE ET ASSURANCES

Dès la prise en charge des installations, le délégataire est responsable du bon fonctionnement du service dans le cadre des dispositions contractuelles retenues.

Il fait son affaire de tous les risques et litiges pouvant provenir du fait de son exploitation. La responsabilité de la collectivité délégante ne peut être recherchée à ce titre.

Le délégataire fera son affaire de tous dommages causés à des tiers et notamment les usagers du port pour la tenue du salon sous réserve des responsabilités de chacun des tiers intervenant.

Le délégataire est seul responsable des dommages de toute nature qui pourraient être causés aux installations et ouvrages mis à disposition, à des tiers ou à des usagers du fait de son exploitation, des manifestations et animations qu'il met en œuvre et du fait des participants. Toutefois, la collectivité délégante, propriétaire, garantit le délégataire en cas de dommages qui seraient imputables à un vice des ouvrages délégués.

Il appartient au délégataire de rechercher auprès d'une ou de plusieurs compagnies d'assurance, la couverture des différents risques liés à l'exploitation du service délégué, notamment les risques spécifiques liés à l'organisation de salons et foires (responsabilité civile organisateur).

En particulier, il s'engage à souscrire toutes les assurances obligatoires, selon le droit commun, pour un locataire et pour un gestionnaire d'établissement recevant du public (notamment une assurance contre les risques d'incendie, d'explosion et de dégât des eaux et une assurance de responsabilité civile).

Il s'engage également à contracter, tant pour son propre compte que pour celui de la collectivité délégante une assurance contre tous les dommages (incendie, explosions de toute nature, dégâts des eaux, chute d'appareils de navigation aérienne, émeutes, mouvements populaires, actes de terrorisme et de sabotage, intempéries, catastrophes naturelles) causés aux ouvrages délégués.

Les bateaux participant à la manifestation ne pourront s'exonérer ou limiter leur responsabilité en invoquant la convention de Londres.

L'assurance du délégataire devra inclure les risques encourus au titre des démonstrations ou sorties en bateau effectuées sur le plan d'eau, dans le cadre du salon. Les polices d'assurances couvriront l'ensemble des voyages des bateaux à déplacer mais également leur séjour sur des postes sécurisés dans les ports d'accueil.

La malveillance exceptée, les parties conviennent de renoncer à tout recours l'une envers l'autre du fait des dommages couverts par leurs polices d'assurance incendie, explosions de toute nature, dégâts des eaux, chute d'appareils de navigation, aérienne, émeutes, mouvements populaires, actes de terrorisme et de sabotage, intempéries, catastrophes naturelles respectives et s'engagent à obtenir de leurs assureurs une renonciation à recours dans les mêmes termes.

Il doit être prévu dans le ou les contrats souscrits par le délégataire que :

W

- les compagnies d'assurance auront communication des termes spécifiques de la présente convention afin de rédiger en conséquence leurs garanties ;
- les compagnies d'assurances ne peuvent se prévaloir des dispositions de l'article 113-3 du Code des Assurances, pour retard de paiement des primes de la part du délégataire, que trente jours après la notification au délégant de ce défaut de paiement. La collectivité délégante a la faculté de se substituer au délégataire défaillant pour effectuer ce paiement sans préjudice de son recours contre celui-ci ;
- ces contrats ne peuvent être résiliés sans que la collectivité délégante ait été avisée de la dénonciation réceptionnée par le ou les assureurs, par lettre recommandée avec avis de réception, adressée au moins un mois avant la date effective de résiliation.

Le délégataire s'engage à communiquer avant chaque édition du salon et sur requête de la collectivité délégante toutes les polices d'assurances souscrites.

En outre, la collectivité délégante peut, à tout moment, exiger du délégataire la justification du paiement régulier des primes d'assurances correspondantes.

ARTICLE 19 – MODALITES D'EXERCICE PAR LE DELEGANT DE SON POUVOIR DE CONTROLE

La collectivité délégante exerce son pouvoir de contrôle périodique sur tous les aspects notamment techniques, financiers et juridiques de la délégation par l'analyse des documents fournis par le délégataire.

Elle peut également exercer ponctuellement un contrôle sur pièces et sur place. Le délégataire est alors tenu de laisser le libre accès, à tout moment et en tout lieu, aux agents désignés par la collectivité délégante. A cet effet, ses agents accrédités peuvent se faire présenter toute pièce de comptabilité nécessaire à leur vérification.

19.1 - Rapport annuel du délégataire

Pour permettre le contrôle de la qualité du service qui est confié au délégataire, celui-ci devra, en application des articles L. 1411-3 et R. 1411-7 du Code général des collectivités territoriales, fournir à la collectivité délégante, avant le 1^{er} juin de chaque année, un rapport annuel (**original + 3 copies**) retraçant la totalité des opérations afférentes à l'exécution de la délégation de service public comportant une analyse de la qualité du service et de son évolution vis-à-vis des années antérieures et des estimations prévisionnelles de la première année. Ce rapport est assorti d'une annexe permettant à la collectivité délégante d'apprécier les conditions d'exécution du service.

Le délégataire devra en particulier à l'aide de ces documents mettre en évidence les cas où une ou plusieurs conditions de révision des conditions financières de l'exploitation sont remplies.

Ce rapport (**original + 3 copies**) comprend :

☛ Des données comptables :

- le compte annuel de résultat de l'exploitation de la délégation rappelant les données présentées l'année précédente au titre du contrat en cours ;

CV

- une présentation des méthodes et des éléments de calcul économique annuel et pluriannuel retenus pour la détermination des produits et charges directs et indirects imputés au compte de résultat de l'exploitation ;
- un compte-rendu de la situation des biens et immobilisations nécessaires à l'exploitation du service ;
- un état du renouvellement des biens et immobilisations nécessaires à l'exploitation du service ;
- un état des autres dépenses de renouvellement réalisées le cas échéant dans le cadre du contrat ;
- les engagements à incidence financière liés à la délégation et nécessaires à la continuité du service ;
- un état d'indemnisation des dégâts occasionnés aux tiers (usagers du port et exposants)
- tous éléments d'information concernant les travaux d'entretien et réparations.

☉ **L'analyse de la qualité du service** à partir d'indicateurs proposés par le délégataire ou demandés par la collectivité délégante et définis au contrat.

Le délégataire devra notamment réaliser une enquête de satisfaction auprès d'un panel représentatif des visiteurs et des exposants.

Il fournira également

-un bilan des actions de communication du salon (campagnes d'affichage, plan médias - presse écrite, TV, radios - et actions de promotion hors médias) et des animations réalisées durant le salon.

-un bilan des actions de promotion poursuivies au salon nautique de Paris sur le stand des Nauticales (plans et photos du stand des Nauticales, nombre de visiteurs, animations le cas échéant)

☉ **L'annexe** mentionnée à l'article L. 1411-3 du Code général des collectivités territoriales qui comprend un compte-rendu technique et financier comportant les informations utiles relatives à l'exécution du service et notamment la liste des prestataires et leurs rémunérations, le détail des recettes et des charges par postes.

19.2 – Compte-rendu technique

Au titre du compte-rendu technique, le délégataire fournira pour l'année écoulée au minimum les indications suivantes :

- les modifications intervenues dans sa situation juridique ;
- les effectifs du service délégué et leur affectation (temps-plein, temps partiel, ...) ;
- les statistiques annuelles sur le taux de fréquentation du salon, le profil des visiteurs et des exposants ;
- le nombre et les surfaces d'espaces commercialisés ;
- l'évolution et la typologie des ventes ;
- l'évolution des installations et matériels exploités ;
- les modifications éventuelles de l'organisation du service ;
- les travaux d'entretien et de remise en état ;
- les adaptations éventuelles à envisager ;
- le bilan des sinistres éventuels.

19.3 – Compte-rendu financier

Les activités de l'affermage feront l'objet d'une comptabilité séparée.



Le délégataire s'engage à fournir à la collectivité délégante un bilan financier de l'affermage regroupant l'ensemble des charges et produits, objet de l'affermage.

Le compte-rendu financier à établir annuellement comprendra :

▪ Un compte prévisionnel d'exploitation actualisé et portant sur la durée restante du contrat. Un parallèle sera établi chaque année entre les prévisions et les réalisations, les écarts seront dûment commentés.

▪ Un compte d'exploitation retraçant l'ensemble des opérations afférentes à l'exécution de la mission de service public confiée au délégataire sera établi par celui-ci pour chaque exercice.

Ce document a pour objet de rappeler les conditions économiques générales de l'année d'exploitation.

Il précise en outre :

- en dépenses : le détail par nature de dépenses (personnel, fonctionnement, entretien et réparation) et leur évolution par rapport à l'exercice antérieur, ainsi que les charges d'investissement ;
- en recettes : le détail des recettes de l'exploitation selon le type de tarification retenu, ainsi que les recettes d'activités annexes et leur évolution par rapport à l'exercice antérieur.

Le solde du compte d'exploitation fera apparaître l'excédent ou le déficit d'exploitation.

▪ Un compte prévisionnel pour l'exercice suivant. Il retracera notamment l'ensemble des dépenses et recettes prévisionnelles.

La non-production du rapport de délégation de service public dans le délai prévu à l'article L.1411-3 du Code général des collectivités territoriales constituera une faute contractuelle susceptible de sanctions.

ARTICLE 20 – SANCTIONS

20.1 – Sanctions pécuniaires

Dans les cas prévus ci-après, faute par le délégataire de remplir les obligations qui lui sont imposées par la présente convention, des pénalités pourront lui être infligées par la collectivité délégante dans les cas suivants :

- *en cas d'atteinte à la continuité du service public*, c'est-à-dire d'une interruption totale ou partielle du service non justifiée par la force majeure, et après mise en demeure adressée par la collectivité délégante dans un délai adapté à l'atteinte constatée et restée infructueuse, il pourra lui être appliqué une pénalité égale à 15 000 € par jour de retard à rétablir le service dans les conditions permettant de ne plus constater l'atteinte ayant justifié le prononcé de la pénalité ;
- *en cas d'atteinte à la sécurité du service, de non-respect des règles d'hygiène, de sécurité et des normes environnementales, auxquelles sont soumis les ouvrages délégués*, et après mise en demeure adressée par la collectivité délégante dans un délai adapté à l'atteinte ou au danger constaté et restée infructueuse, il pourra lui être appliqué une pénalité égale à 15 000 € par jour de retard à rétablir le service dans les

conditions permettant de ne plus constater l'atteinte ayant justifié le prononcé de la pénalité ;

- en cas de non production, ou de production incomplète par le délégataire des documents prévus aux articles 8.1.2 et 19, après mise en demeure par la collectivité délégante restée sans réponse pendant huit jours calendaires, il sera appliqué au délégataire une pénalité égale à 500 € HT par document et par jour de retard.

En tout état de cause, le montant des pénalités ne pourra pas dépasser le montant du préjudice réellement subi par la collectivité délégante ou les usagers.

Si les pénalités dues ne sont pas réglées par le délégataire dans un délai de 30 jours calendaires après la notification de celles-ci, les sommes non versées donneront lieu au paiement d'intérêts moratoires, calculés aux taux d'intérêt légal majoré de 2 points, après mise en demeure adressée par lettre recommandée avec accusé de réception restée infructueuse dans un délai d'un mois.

20.2 - Sanctions coercitives

Outre les mesures énoncées précédemment, la collectivité délégante peut, en cas de carence grave du délégataire, de menace à l'hygiène ou à la sécurité, de mise en danger des personnes tel que défini au Code Pénal, prendre toute mesure d'urgence adaptée à la situation, y compris la fermeture temporaire des ouvrages délégués, les conséquences financières de ces décisions étant à la charge du délégataire, sauf cas de force majeure dont il appartient au délégataire de rapporter la preuve matérielle.

En cas de faute grave du délégataire, ou si le service n'est exécuté que partiellement, sauf accord particulier et exprès de la collectivité délégante, celle-ci pourra prendre toutes les mesures nécessaires aux frais et risques du délégataire, et notamment celles permettant d'assurer provisoirement la continuité du service.

20.3 - Sanctions résolutoires

En cas de faute d'une particulière gravité, la collectivité délégante pourra prononcer la déchéance du délégataire avec, pour conséquence, la résiliation du contrat aux frais et risques de celui-ci.

Cette mesure interviendra après mise en demeure adressée par lettre recommandée avec accusé de réception restée infructueuse dans un délai d'un mois.

20.4 - Pénalités pour travail dissimulé

Conformément aux dispositions de l'article L. 8222-6 du Code du Travail, des pénalités peuvent être infligées au délégataire s'il ne s'acquitte pas des formalités mentionnées aux articles L. 8221-3 à L. 8221-5. Le montant forfaitaire de la pénalité est de 10 000 € par infraction constatée.

Le délégant, informé par écrit par un agent de contrôle de la situation irrégulière du délégataire au regard des formalités mentionnées aux articles L. 8221-3 et L. 8221-5, l'enjoint aussitôt de faire cesser cette situation. Le délégataire ainsi mis en demeure apporte au délégant la preuve qu'il a mis fin à la situation délictuelle.

Le délégant transmet, sans délai, à l'agent auteur du signalement les éléments de réponse communiqués par le délégataire ou l'informe d'une absence de réponse.

A défaut de correction des irrégularités signalées dans un délai fixé par décret en Conseil d'Etat, le délégant en informe l'agent auteur du signalement et peut appliquer les pénalités

prévues par le contrat ou rompre le contrat, sans indemnité, aux frais et risques du délégataire.

CHAPITRE V – FIN DU CONTRAT

ARTICLE 21 – CONTINUITÉ DU SERVICE EN FIN DE CONTRAT

La collectivité délégante aura la faculté, sans qu'il en résulte un droit à indemnité pour le délégataire, de prendre dans les 2 derniers mois de validité du contrat, toutes mesures utiles pour assurer la continuité du fonctionnement du service, en réduisant autant que possible la gêne qui pourrait en résulter pour le délégataire.

D'une façon générale, la collectivité délégante pourra prendre toutes les mesures nécessaires pour faciliter le passage progressif au nouveau régime d'exploitation.

A la fin du contrat, la collectivité délégante sera subrogée aux droits et obligations du délégataire et en particulier dans les contrats passés avec les tiers pour l'exécution normale de la convention (à l'exclusion des contrats d'emprunt) qui seraient d'une durée supérieure à celle de ladite convention et qui auraient été portés à la connaissance de la collectivité délégante en vue de requérir son autorisation avant de les conclure.

ARTICLE 22 – REMISE DES INSTALLATIONS

A l'expiration de la convention, le délégataire sera tenu de remettre à la collectivité délégante, en état normal d'entretien, tous les ouvrages et équipements qui font partie intégrante de la convention.

La même obligation s'impose au délégataire à la fin de chacune des éditions du salon, dans les conditions prévues à l'article 9 de la présente convention.

CHAPITRE VI – DISPOSITIONS DIVERSES

ARTICLE 23 – CONTRATS CONCLUS PAR LE DÉLÉGATAIRE AVEC DES TIERS

Tous les contrats conclus par le délégataire avec des tiers, quel que soit leur objet (prestations de services, fournitures, locations...), ne pourront, en aucun cas, sauf accord express de la collectivité délégante, excéder la durée de la présente convention et donc avoir une échéance postérieure à la date d'échéance de la présente.

Ils cesseront d'avoir effet de plein droit, soit à l'expiration normale de la présente convention, soit à la date d'une éventuelle résiliation anticipée.

ARTICLE 24 – RESILIATION UNILATÉRALE

Eu égard aux prérogatives de puissance publique dont elle dispose en sa qualité de personne publique, la collectivité délégante peut résilier unilatéralement la présente convention pour motif d'intérêt général.



La résiliation pour motif d'intérêt général doit être précédée d'un préavis, dûment motivé et notifié au délégataire par lettre recommandée avec accusé de réception, dans un délai de 12 mois avant la prise d'effet de la résiliation.

Le délégataire a droit à l'indemnisation intégrale du préjudice subi du fait de la résiliation pour motif d'intérêt général décidée par la collectivité délégante.

Les indemnités sont fixées à l'amiable et, à défaut, à dire d'expert, de manière qu'aucun chef de préjudice ne fasse l'objet d'une double indemnisation.

Elles sont réglées au délégataire dans un délai de 12 mois à partir de la prise d'effet de la résiliation.

ARTICLE 25 – JUGEMENT DES CONTESTATIONS

Si un différend survient entre le délégataire et la collectivité délégante, le délégataire expose dans un mémoire les motifs du différend et toutes les conséquences de nature administrative, technique et/ou financière qui en résultent selon lui. Ce mémoire est transmis par lettre recommandée avec accusé de réception à la collectivité délégante. Dans tous les cas et nonobstant l'existence de ce différend, le délégataire doit exécuter les obligations relevant de la présente convention.

La collectivité délégante notifie au délégataire sa proposition pour le règlement du différend dans un délai de 30 jours calendaires à compter de la date de réception du mémoire.

L'absence de proposition la collectivité délégante dans ce délai équivaut à un rejet de la demande du délégataire.

Dans le cas où le délégataire ne s'estimerait pas satisfait de la décision de la collectivité délégante, il doit dans un délai de 30 jours calendaires à compter de cette décision, qu'elle soit implicite ou explicite, saisir du différend une commission de conciliation composée de trois personnes.

A cet effet, le délégataire et la collectivité délégante disposent d'un délai de 30 jours calendaires pour nommer chacun un conciliateur. A défaut de nomination dans ce délai, le ou les conciliateurs sont nommés par le Président du tribunal administratif territorialement compétent à la requête de la partie la plus diligente. Les deux conciliateurs ainsi nommés désignent d'un commun accord dans un délai de 8 jours calendaires le président de la commission de conciliation. A défaut d'entente dans ce délai, le président de la commission est nommé par le Président du tribunal administratif territorialement compétent.

La commission une fois constituée dispose d'un délai de 30 jours calendaires pour entendre les parties, requérir auprès d'elles toutes informations pertinentes et leur proposer une solution de règlement amiable de leur différend.

Dans le cas où dans un délai de 30 jours calendaires, cette proposition ne rencontrerait pas l'assentiment des parties ou dans le cas où, dans ce même délai, la commission de conciliation ne ferait pas de proposition, le différend serait alors soumis au tribunal administratif territorialement compétent à la requête de la partie la plus diligente.

CW

ARTICLE 26 – MISES EN DEMEURE

Toute mise en demeure dans le cadre de la présente convention, sauf disposition contraire expresse, est réalisée par lettre recommandée avec accusé de réception.

Tout délai relatif à la mise en demeure est décompté, sauf disposition contraire, à partir de sa date de réception par le délégataire ou par la collectivité délégante.

ARTICLE 27 – ELECTION DE DOMICILE

Le délégataire fera élection de domicile en son siège social,

ARTICLE 28 – DOCUMENTS CONTRACTUELS ANNEXES

Sont annexés au contrat :

- annexe n° 1 : descriptif technique des installations
- annexe n° 2 : grille tarifaire entrées visiteurs
- annexe n° 3 : compte d'exploitation prévisionnel 2013, 2014 et 2015

Fait à Marseille, le

Pour le délégataire

Pour la Communauté Urbaine Marseille
Provence Métropole

Le Commissaire Général

Pour le Président et par délégation,
le Vice-Président,

Christophe VIEUX

François-Noël BERNARDI

1^{er}/06/2012

LES NAUTICALES SALON NAUTIQUE MARSEILLE PROVENCE METROPOLE

Le 08 /02 2012



ENTREE CASINO
EXPOSANTS & LIVRAISONS

ENTREE VISITEURS

RESTAURANT

EXTENSION DU PERIMETRE

ENTREE
VISITEURS 2

ENTREE VISITEURS 2

BASSIN VERDOUARD

BASSIN DES DAPICRIS

■ EXPO A FLOT
■ EXPO A TERRE

RESTAURANT

FORUM/ANIMATIONS/CONFERENCES

STAND MPM

EXTENSION DU PERIMETRE

03

**Salon Nautique MARSEILLE PROVENCE METROPOLE
Tarif Visiteurs 2013-2014-2015**

TARIF DES ENTREES

<i>Edition</i>	<i>Plein Tarif</i>	<i>% aug.</i>	<i>Enfants jusqu'à 12 ans</i>
<i>rappel 2012</i>	6		<i>Gratuit</i>
2013	7	16,0%	<i>Gratuit</i>
2014	7	0,0%	<i>Gratuit</i>
2015	7	0,0%	<i>Gratuit</i>

Cr

