

**DELEGATION DE SERVICE PUBLIC RELATIVE A L'ORGANISATION ET L'EXPLOITATION
DU SALON NAUTIQUE MARSEILLE PROVENCE METROPOLE**

SYNTHESE DU RAPPORT DU DELEGATAIRE

La SAFIM a remis son Rapport Annuel au Délégataire 2012 relatif à l'organisation et l'exploitation du Salon Nautique MPM.

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

I/ Les Nauticales 2012 : préparation et déroulement du salon.

- Communication :

Le coût du plan média pris en charge par le délégataire s'élève à 277 669 € HT(254 658 €HT en 2011) reporté entre l'affichage, la campagne radio, la presse quotidienne régionale, la presse spécialisée, la communication internet, le site Internet et les actions marketing (cartes postales, flyers TGV, opération Fid bag / parkings, voitures toyota, affiches Vinci Park, application Iphone, clip écran, tunnel Prado carénage, clip écran Parc Chanot, courriers clubs, invitations Caisses d'Epargne).

L'augmentation des dépenses de communication est due à de nouvelles actions réalisées en partenariat avec CABESTO (distribution de sacs et animations) et le PRINTEMPS (dotations jeu concours).

- La commercialisation et les partenariats :

Le délégataire a accueilli un total de 217 exposants dont 53 nouveaux (6 de moins qu'en 2011).

CA exposition à flots (mono + multicoques) 43 exposants. Le délégataire a mis en place cette année un tarif spécial multicoques.	72 653 € HT (73 656 € HT en 2011)
CA exposition à terre 56 exposants.	231 294,71 € HT (235 778 € HT en 2011)
CA stands couverts 97 exposants	135 107,7 € HT (131 208 € HT en 2011)
CA associations pour 20 clubs et associations.	5 850 € HT (2 919 € HT en 2011)
CA restaurants	17 355 € HT (18 660 € HT en 2011)
CA partenariats	37 235,20 € HT (41 854,33 € HT en 2011)

La commercialisation du Salon a généré un CA de 550 660,18 € HT (548 359 € HT réalisé en 2011).

A noter :

- le retrait d'un partenariat principal (FRIOUL IF EXPRESS), la baisse de la participation d'un partenariat (PARTOUCHE)
- l'annulation trois jours avant l'ouverture du salon d'un exposant à flot (4 bateaux SESSA MARINE SOLEIL LEVANT)
- la diminution de l'exposition à terre de 3,5%

- Aménagement du Salon :

- 10 000 m² d'espace nu pour l'exposition à terre,
- 960 ml de pannes et quais pour l'exposition à flot,
- 2 296 m² d'exposition couverte.

245 bateaux ont été déplacés pour libérer le site.

104 bateaux ont été convoyés à la charge du délégataire.

Le délégataire a amélioré l'aménagement au Salon 2012 dans un périmètre identique à l'édition 2011 grâce à 6 changements notables :

- Mise en place d'un ponton transversal pour une meilleure circulation du public
- Aménagement du stand MPM : deux espaces distincts mais liés (175m² dédiés à l'accueil visiteurs et 100m² dédié au réceptif.
- Le village des associations installé face à MPM avec salle de conférence
- Le regroupement des bateaux du Pole Patrimoine et des départs pour les sorties en mer
- Une circulation du public améliorée sur l'espace Casino
- Un espace Business Club plus spacieux et qualitatif qu'en 2011

Et par l'amélioration de la signalétique:

- Visuels très grand format, signalétique directionnelle, habillage de l'entrée et des pignons de structures, plans d'orientation.
- Le visitorat :
 - 37 390 entrées (32 737 en 2011) réparties comme suit :

66,90% (68 %en 2011) d'entrées gratuites,
33,10% (27 % en 2011) d'entrées payantes,
- Animations :

Budget des animations : 45 840 € HT
(43 609,84 € HT en 2011)

 - Régate « Trophée les Nauticales » inscrite au calendrier de la FFV
 - Exposition Surfrider : des montagnes à la Mer
 - Aquariums et bassins tactiles,
 - Expositions photos de l'artiste Nicolas Vial, nommé peintre officiel de la marine en 2008, à la chapelle des pénitents bleus
 - Sorties en mer,
 - Le village de la pêche et de la glisse avec baptêmes d'Off Shore
 - Le pole Tradition Marine,
 - Le Colombus,
 - Le village Tahiti
 - Spectacle sons et lumières « Baleines et contrebasses »
 - Visite du Taapé, bâtiment de la Marine Nationale en escale.
 - Démonstration de sauvetage en mer,
 - Démonstration de bateaux radiocommandés
 - Conférences, projections, débats.

Le délégataire a proposé de nouvelles animations tout en conservant des animations phares.

II/ Bilan qualitatif :

- Dans l'ensemble les exposants sont satisfaits de l'organisation du salon et ont apprécié le nouveau schéma de circulation permettant plus de fluidité. Toutefois les retombées commerciales sont moins bonnes que prévues compte tenu du contexte économique peu favorable. Dans l'ensemble, les exposants souhaitent une diminution de la durée du salon accompagnée d'une baisse des tarifs.
- Les clubs et associations ont apprécié la nouvelle implantation du village à l'entrée du salon ainsi que l'aménagement intérieur permettant une ambiance plus conviviale.
- Les visiteurs (profil : qualifié et majoritairement masculin)

- 55 % sont propriétaires d'un bateau (50 % en 2011),
- 42 % passionnés de nautisme (34% en 2011),
- 80 % d'hommes (73 % en 2011),
- 95 % sont satisfaits de leur visite (91 % en 2012) avec une hausse sensible des très satisfaits (24% vs 16% en 2011),
- 15 % souhaitent « un stand bateaux d'occasion » pour la prochaine édition (6% en 2011).

III/ Bilan financier :

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

La contribution forfaitaire de MPM à l'équilibre du service est de 397 743 € (420 033 € en 2011)

La redevance du délégataire à MPM s'élève à 60 226,12 € (59 491,66 € en 2011 ; 41 043 € en 2010).

Elle s'établit sur une part fixe de 21 200 € et une part variable de 39 026,12 € (20% du CA Emplacement excédant 370K € et 40 % du CA partenariat excédant 30K €).

Le compte d'exploitation de l'édition 2012 fait apparaître un déficit de 165 110,73 € (105 706,86 € en 2011, 77 873 € HT en 2010) qui résulte d'un déficit prévisionnel de 88 479€ et du maintien de la croissance des charges au bénéfice de la qualité de l'aménagement et de la vie du Salon.

IV/ Conclusion sur l'exploitation 2012 :

Les Nauticales 2012 ont été un succès, il n'en demeure pas moins que le résultat net de la délégation de service public continue d'afficher un déficit aggravé, malgré un partenariat commercial et un nombre d'exposants consolidés.

Conclusion générale et propositions :

La troisième et dernière année de la DSP confiée par MPM à la SAFIM a atteint sa maturité avec une organisation comparable aux grands salons nationaux, une utilisation maximale du site et une reconnaissance des constructeurs. Au terme des trois ans, le nom Les Nauticales semble définitivement ancré dans les esprits tant auprès du public que des professionnels du nautisme.