

SYNTHESE DU RAPPORT DU DELEGATAIRE

Introduction

La 11ème édition des Nauticales, Salon Nautique à Flot de Marseille Provence Métropole, s'est déroulée du 20 au 25 Mars 2013 sur le port de plaisance de la Ciotat.

Le salon nautique a rassemblé 198 exposants en 2013 contre 163 en 2012.

Toutefois, les résultats en termes de fréquentation du public et de chiffre d'affaires de cette édition 2013 ont été moins satisfaisants que prévu.

En 2013, 24 016 entrées ont été comptabilisées alors qu'en 2012 elles s'élevaient à 37 390.

Le chiffre d'affaires du salon s'élève à 615 k€ (hors taxes) pour 6 jours de salon alors que le chiffre d'affaires prévisionnel ambitionnait 730 k€, soit un écart de plus de 15 %. Le chiffre d'affaires de l'édition 2012 était de 649 k€ pour 9 jours de salon, soit une baisse de 5 %.

La baisse de fréquentation du public s'explique mécaniquement par la diminution de la durée du salon mais aussi par une météo très défavorable lors de l'unique week-end du salon les 23 et 24 mars 2013.

Le délégataire a optimisé l'aménagement général du salon grâce à des innovations notables, a enrichi de manière significative le programme des animations du Salon et a garanti sa visibilité grâce à la mise en place d'un service presse efficace.

I. Les faits marquants de l'exercice

- Nouveau contrat et nouveau délégataire

Pour les éditions 2013, 2014 et 2015, un nouveau contrat de délégation de service public a été conclu avec le groupement Association le Grand Pavois et SAFIM, La SAFIM étant l'ancien délégataire.

Le Groupement est représenté par son mandataire, le Grand Pavois dont le siège social est situé avenue du Lazaret, port des Minimes, 17 042 La Rochelle.

- Durée écourtée du salon

Pour les éditions précédentes, le salon nautique était organisé sur 9 jours or pour l'édition 2013, il a été décidé de le mettre en œuvre sur 6 jours pour se conformer à la durée des grands salons internationaux.

II. Le contenu du rapport

Le rapport remis par le délégataire, le groupement Grand Pavois - SAFIM contient de nombreuses informations concernant l'aspect financier de la délégation et la qualité de la prestation proposée lors de l'édition 2013.

Cependant, des informations complémentaires ont été demandées au délégataire pour parfaire l'analyse de la délégation. Les informations demandées sont les suivantes:

- La grille tarifaire : prix du m² pour les stands couverts, en air libre
- Des précisions sur les prestations techniques réalisées sur le salon
- Des précisions sur le poste de charge « stand Les Nauticales au salon Nautic de Paris »
- Des précisions sur le coût par type d'achats d'espaces
- Des précisions sur l'organigramme

Le nouveau délégataire a déclaré tout mettre en œuvre pour fournir les éléments de réponses dans les plus brefs délais.

III. Préparation et déroulement du salon

- Communication :

Le coût du plan média pris en charge par le délégataire s'élève à 152 598 € HT (277 669 €HT en 2012) reporté entre l'affichage, la campagne radio, la presse quotidienne régionale, la presse spécialisée, la communication internet, les réseaux sociaux (nouveau 2013 : création d'un compte facebook et twitter pour suivre l'actualité des Nauticales) le site Internet et les actions marketing (5000 cartes postales pour les salons internationaux du Grand Pavois, 1 500 plaquettes de présentation TGV, impression et diffusion de 3000 leaflet vers les capitaineries, club et associations, clip dans le tunnel Prado Carénage, voitures Mercedes-Benz, affiches, flyers et courriers aux clubs, plaisanciers et capitaineries, invitations Caisses d'Epargne).

Le délégataire a fortement développé les partenariats avec la presse de manière à augmenter la visibilité et la notoriété du Salon :

-France Bleu Provence : émissions en direct et opérations spéciales avec des jeux grâce à la mise à disposition par le délégataire d'un espace de 32 m²

- LCM

-Radio locales

-La Provence

-la Marseillaise

-Cot et pêche

-site web spécialisés

Cette année les relations presses étaient gérées par le délégataire. A ce titre le délégataire a aménagé une salle de presse de 50m2 avec le matériel informatique nécessaire. Les Nauticales ont été lancées sur le Salon Grand Pavois La Rochelle. Un cahier des nouveautés a été réalisé à l'attention des journalistes. Au total une vingtaine de communiqués de presse ont été adressés à la Presse nationale et internationale. En outre, un communiqué quotidien intitulé « Bruits de ponton » a été transmis tout au long du Salon pour faire le point de l'actualité et des temps forts à venir.

Le délégataire a mis en œuvre plusieurs actions de communication en amont du salon les Nauticales :

-présence d'un stand les Nauticales au salon Grand Pavois de la Rochelle en septembre 2012

-Réalisation d'un stand les Nauticales au Nautic de Paris en décembre 2012 en face à face avec le stand Grand Pavois et rencontres quotidiennes in situ entre exposants, journalistes et prospects partenaires.

-actions de commercialisation des Nauticales sur les Salons nautiques de Cannes, Gênes et Düsseldorf.

- Aménagement du salon

Le Salon a été aménagé sur une surface totale de 30 000 m² contre 26 000 m² en 2012,

287 bateaux ont été déplacés pour libérer le site.

Le délégataire a amélioré l'aménagement au Salon 2013 grâce à des changements notables :

- Deux entrées (Une cotée centre ville et une cotée Cours Wilson) au lieu d'une seule en 2012 afin d'optimiser les sens de circulation du public.
- Mise en place d'un nouvel espace d'exposition suite au démantèlement du parking à bateaux, l'ancien Babotel, soit 2 500m² exploités.

- Mise en place d'un nouveau système de liaison entre les pannes permettant plus de sécurité des visiteurs et une meilleure circulation du public.
- Mise en place d'un bassin au village de la glisse
- Création d'un espace VIP
- Mise en place d'un accueil exposants
- Mise en place d'un service presse avec matériel informatique
- Mise en place d'un Commissariat général réunissant l'équipe organisation a proximité immédiate de l'espace MPM
- Mise en place d'un nouveau parking
- Mise en place d'une travée cristal entière dans le village des associations afin d'améliorer la luminosité

Le délégataire a maintenu l'accent sur la signalétique:

- Visuels très grand format, signalétique directionnelle, habillage des deux entrées et des pignons de structures, plans d'orientation.

Des efforts ont été faits sur les sanitaires en termes de quantité et de propreté.
Le montage et le démontage du Salon a été effectué de manière optimale par le délégataire en collaboration avec les équipes MPM .

IV. Bilan qualitatif

- Le visitorat :

- 24 016 entrées (37 390 en 2012) réparties comme suit :

70% (66,90% en 2012) d'entrées gratuites, avec une hausse des entrées gratuites diffusées par MPM.

30% (33,10 % en 2012) d'entrées payantes, le plein tarif représente 71% des entrées payantes.

- Les visiteurs (profil : qualifié ou retraité et majoritairement masculin)
 - o 63 % sont propriétaires d'un bateau (55 % en 2012),
 - o 30 % passionnés de nautisme (42% en 2012),
 - o 77 % d'hommes (80 % en 2012),

- 87 % sont satisfaits de leur visite (95 % en 2012) avec une hausse sensible des très satisfaits (35% vs 24% en 2012), augmentation sensible des mécontents (13% en 2013, 5% en 2012)
- 12,9 % souhaitent « plus de marques de bateaux, plus de bateaux, plus diversifiés, des grands bateaux » pour la prochaine édition.
- Le pôle tradition marine, les aquariums et l'espace glisse sont les trois animations qui ont été le plus vues (un visiteur sur deux)

- Les animations :

Budget des animations : 42 000€ HT

(45 840 € HT en 2012)

Le délégataire s'est appuyé sur les animations qui avaient eu beaucoup de succès les éditions précédentes comme les bassins tactiles, les sorties en mer, le pôle tradition marine, les bateaux d'exception, le village de la glisse, les spectacles et conférences, les démonstrations de sauvetage en mer.

Il a également mis en œuvre de nouveaux temps forts :

-le parrainage d'Antoine Albeau, sportif le plus titré toutes catégories (20 titres de Record du monde), record du monde de vitesse en planche à voile. Il a été présent pendant les 6 jours du Salon au côté du public des journalistes et des personnalités.

-compétition de Rock Fishing (pêche aux leurres)

-rassemblement de stand up paddle. Prévu le dimanche, cet événement devait réunir plus de 200 personnes mais a dû être annulé compte tenu des conditions climatiques.

-présence de deux marins exceptionnels avec leurs bateaux

-Accro voile (escalade dans la mâture d'un gréement)

-accueil du festival 1720

-démonstration de jet ski avec le champion du monde dans le village de la glisse

-première manche du championnat de France de funboard avec cérémonie d'ouverture et remise des prix sur le Salon.

V. Economie de la délégation

L'économie de la délégation est appréciée via les données du compte d'exploitation remis dans le rapport du délégataire.

Pour cette édition 2013, la durée du salon a été écourtée de 3 jours, 6 jours de salon au lieu de 9 jours dans les éditions précédentes. Le contrat de délégation prévoit que « le délégataire doit notamment proposer les dates du salon, sa durée et les horaires d'ouverture ». Quelle que soit la durée du salon, le délégataire est dans l'obligation d'exploiter le service confié suivant le compte d'exploitation prévisionnel prévu au contrat de délégation.

V.1. Les recettes

Pour l'édition 2013 du salon, Les Nauticales, le chiffre d'affaires s'élève à 615 k€, soit 5,5% de baisse par rapport à l'édition 2012. Le total des recettes, composé du chiffre d'affaires et de la participation de la Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole représente 1 314 k€ pour l'édition 2013.

- Les différents postes de recettes et leur évolution par rapport à l'édition 2012.

Montants en k€ HT

Les Recettes	2012	2013	Evolution 2013/2012
CA* EMPLACEMENTS	551	520	-5,7%
<i>Bateaux à flot et multicoques</i>	73	91	+24,6%
<i>Bateaux exposés à terre</i>	231	170	-26,4%
<i>Stands couverts marchands et restaurants</i>	152	175	+15,0%
<i>Inscriptions, assurances</i>	42	51	+19,9%
<i>Autres recettes</i>	52	33	-37,0%
CA PARTENARIATS	37	54	+45,1%
CA BILLETTERIE	62	41	-33,9%
TOTAL CA	650	615	-5,5%

PARTICIPATION MPM	398	699	75,7%
--------------------------	------------	------------	--------------

TOTAL RECETTES (CA + participation MPM)	1 048	1 314	25,4%
--	--------------	--------------	--------------

*CA: chiffres d'affaires

D'une manière générale, cette diminution du chiffre d'affaires provient, selon le rapport remis par le délégataire, d'une conjoncture difficile pour le nautisme qui est un domaine assimilé aux loisirs et qui est donc positionné au second plan dans les priorités d'achat.

Par souci de transparence et d'équité envers l'ensemble des exposants, le nouveau délégataire a souhaité mettre fin aux accords commerciaux (remises ou gratuité) dont bénéficiaient les exposants. De nombreux exposants n'ont plus souhaité participer au salon. Malgré ces désistements, le nombre d'exposants a augmenté par rapport à l'édition 2012, il a été de 198 en 2013 contre 163 en 2012. Cependant,

nombreux ont réduit leur surface d'exposition entraînant ainsi une diminution des recettes pour le délégataire.

Les recettes provenant des exposants de bateaux à flot et de multicoques a progressé de 24,6 %, puisque 958 mètres linéaires ont été facturés en 2013 contre 665 en 2012.

Les recettes issues des espaces commercialisés pour l'exposition des bateaux à terre ont subi une diminution de 26,4 %. Cela est du en partie à la vente plus importante de stands couverts et au retrait de certains exposants qui ne bénéficiaient plus de remises.

Les recettes provenant des stands couverts et des restaurants ont progressé de 15 %, puisque 562 m² de surface supplémentaire ont pu être commercialisés.

Concernant les partenariats, l'association Grand Pavois a pu nouer de nouveaux partenariats, ce qui a permis à ce poste de recettes d'augmenter de 45,1 %.

Les recettes provenant des entrées des visiteurs représentent 41 k€ et ont subi une régression de 33,9% par rapport à 2012. L'édition 2013 a été marquée par la présence de travaux réalisés par la Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole, travaux d'aménagement de la promenade vers le Port de Plaisance. La zone de travaux a entraîné des gênes pour la circulation des véhicules ainsi que des piétons et ceci a pu contribuer à une baisse de la fréquentation. L'édition 2013 a comptabilisé 24 016 visiteurs contre 37 390 en 2012. De plus, la météo a été catastrophique durant le salon et le chiffre d'affaires n'a pu être rattrapé par un second week-end de salon, puisqu'il a duré 6 jours au lieu de 9 jours. Enfin, la baisse de fréquentation est concomitante à la réduction du nombre de jours du Salon.

La participation du délégant à l'organisation du salon nautique s'est élevée à 699 k€ en 2013, elle a augmenté de 75 % par rapport à 2012.

- **Composition des recettes exprimées en % par rapport au total des recettes, pour l'édition 2013**

Les Recettes	En k€ HT	En %
CA EMPLACEMENTS	520	40%
CA PARTENARIATS	54	4%
CA BILLETTERIE	41	3%
PARTICIPATION MPM	699	53%
TOTAL RECETTES	1 314	100%

Les recettes du salon nautique proviennent à 40 % des exposants , 3 % des entrées des visiteurs et 53 % de la subvention fixée par contrat et allouée par la Communauté Urbaine Provence Métropole, 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.

Durant les années précédentes, la délégation gérée par l'ancien délégataire, la SAFIM, était déjà déficitaire.

En 2012, en confiant à l'association Grand Pavois, organisateur de salons nautiques internationaux (La Rochelle, Shenzhen en Chine et prochainement Rio au Brésil) et en lui apportant un soutien financier conséquent, le délégant a exprimé son ambition de donner à terme une dimension internationale aux Nauticales.

- **Comparaison des recettes du salon 2013 aux recettes prévues par le compte d'exploitation prévisionnel**

Le chiffre d'affaires prévu au contrat était de 730 k€ or il n'a été que de 615 k€ en 2013, soit une diminution de 15,9 %.

V.2. Les charges

Pour l'édition 2013 du salon, les charges s'élèvent à 1 314 k€, soit 8,4 % d'augmentation par rapport à l'édition 2012.

- **Les différents postes de charges et leur évolution par rapport à l'édition 2012.**

Montants en k€ HT

Les charges	2012	2013	Evolution 2013/2012
Libéralisation du site et aménagement du salon	485	500	3,0%
Exploitation	192	191	-0,5%
Animations	59	73	24,6%
Communication- promotion-relations presses	278	268	-3,4%
Aménagement stand MPM et stand Nauticales sur le salon de Paris		100	
Redevance MPM	60	20	-66,8%
Rémunération délégataire	139	163	16,7%
TOTAL DES CHARGES	1 213	1 314	8,4%

Le poste de charges le plus important correspond aux dépenses nécessaires pour la libéralisation du site et l'aménagement du salon et s'élève à 500 k€. Ces dépenses correspondent au déplacement des bateaux des usagers du port de la Ciotat vers d'autres ports de la Communauté urbaine Marseille Provence Métropole mais aussi vers les ports du Var. Ces déplacements sont indispensables pour permettre l'exposition des bateaux proposés par les exposants du salon. Ces dépenses correspondent également à la location de matériel de réception (tentes), de bungalow, de barrières, de mobilier, d'éléments de signalétique et d'équipements de sonorisation pour aménager le salon nautique.

Malgré un salon d'une durée plus courte, ce poste de charges a augmenté de 3 % par rapport à l'exercice 2012. Les dépenses concernant le déplacement des bateaux et le montage et démontage des différents équipements restent indépendantes de la durée du salon. Par ailleurs, une tempête s'est produite lors du montage des équipements, la semaine précédant le salon. Des tentes et autres matériels ont été détériorés, contraignant le délégataire à les remplacer dans l'urgence.

Des aménagements supplémentaires par rapport à l'édition 2012 ainsi qu'une meilleure signalétique ont également été réalisés. Il s'agit notamment de la mise en place ; de deux entrées pour optimiser le sens de circulation des publics, d'un nouvel espace d'exposition bassin Bérnard (à l'emplacement de l'ancien batotel) permettant de bénéficier de 2 500 m² supplémentaires, d'un bassin au Village de la glisse de 500 m² soit le plus grand d'Europe et d'un nouveau parking afin de favoriser la venue des visiteurs (côté St-Cyr).

Ces aménagements ont donc contribué à l'augmentation des charges.

De plus, les travaux d'aménagement de la promenade menant au port ont conduit le délégataire à installer des brise-vues pour cacher au mieux la zone de travaux. Ceci a engendré des dépenses supplémentaires.

Pour rappel, le contrat ne prévoit aucune immobilisation et par conséquent, le délégataire n'a pas à réaliser de dépenses d'entretien ou de renouvellement.

Le poste animation représente 73 k€ en 2013 soit 24,6 % d'augmentation par rapport à 2012. Lors du changement de délégataire, il a été demandé au délégataire d'organiser des prestations de qualité supérieure afin de rendre le salon, les Nauticales, encore plus attractif.

Le montant de la redevance versée au délégant est de 20 k€ soit une diminution de 66,8 % par rapport à 2012. Ce montant correspond à la part fixe de la redevance définie par le contrat. Pour cette édition, le montant de la part variable de la redevance qui dépend du chiffre d'affaires a été nulle. Contractuellement, la part variable correspond à 20 % du chiffre d'affaires au-delà du seuil de 730 k€ HT, pour l'exercice 2013. En 2013, le chiffre d'affaires a été inférieur à 730 k€.

Des précisions ont été demandées au délégataire concernant les charges liées à la présence du stand des Nauticales au salon nautique international de Paris, Le Nautic, en décembre 2012. Ce stand au sein du salon ayant pour objectif de promouvoir les Nauticales auprès des professionnels du nautisme.

- **Composition des charges exprimées en % par rapport au total des charges, pour l'édition 2013**

Les charges	En k€ HT	En %
Libéralisation du site et aménagement du salon	500	38,0%
Exploitation	191	14,5%
Animations	73	5,6%
Communication- promotion-relations presses	268	20,4%
Aménagement stand MPM et stand Nauticales sur le salon de Paris	100	7,6%
Redevance MPM	20	1,5%
Rémunération Grand Pavois/SAFIM	163	12,4%
TOTAL DES CHARGES	1 314	100,0%

Les charges pesant le plus parmi le total des charges, soit 38 % des charges, correspondent aux dépenses liées à la libéralisation du site et à l'aménagement du salon.

- **Comparaison des charges du salon 2013 aux charges prévues par le compte d'exploitation prévisionnel**

Le compte d'exploitation prévisionnel prévoit 1 430 k€ de charges alors que les charges de l'édition 2013, se sont élevées à 1 314 k€. Un écart de 8,1 % est donc observé. Les charges effectuées pour le salon sont inférieures à celles prévues, à l'exception, des postes de charges correspondant à l'animation et à l'exploitation.

Comme cela a été mentionné, ci-dessus, le délégataire a présenté des animations de meilleure qualité, entraînant ainsi un coût plus élevé de 73 k€, soit 27 % d'augmentation (prévisionnel : 58 k€). Les dépenses liées à l'exploitation ont été plus élevées que le budget prévisionnel en raison probablement d'une mauvaise estimation des dépenses liées à la billetterie, selon le rapport du délégataire, ainsi que de l'augmentation des charges relatives à la régie technique. Ces dépenses se sont élevées à 191 k€ en 2013 soit 19,6 % d'augmentation (prévisionnel: 160 k€). La gestion informatique de la billetterie et du contrôle d'accès a été renouvelée permettant d'obtenir en temps réel les flux de fréquentation du salon. La régie technique a causé des dépenses plus élevées suite à la mise en place d'un service aux exposants conforme aux standards d'autres salons nautiques renommés.

La rémunération du groupement Grand Pavois- SAFIM représente 163 k€ alors que le contrat en prévoyait 243 k€, soit une diminution de 33% (prévisionnel : 263 k€). Le délégataire a diminué ses honoraires pour rendre un compte de résultat en équilibre.

V.3. Le résultat de l'exercice

Le résultat de l'exercice 2013 est équilibré, c'est-à-dire qu'il n'y a ni déficit ni bénéfice. Le montant des charges comme celui des recettes (chiffre d'affaires et participation communauté urbaine) s'élève tous deux à 1 314 k€.

V.4 .Perspectives 2014

La durée du salon a suscité de nombreuses réflexions. D'après le sondage mené par le délégataire, il semblerait que les professionnels souhaitent de nouveau que le salon dure 9 jours.

Le choix de la période de l'année d'organisation du salon a souvent été remis en question.

Le salon nautique de la Ciotat est le premier salon de la saison. A titre d'exemple, les salons nautiques d'Antibes et d'Hyères sont organisés en avril, les salons de Cannes et de la Rochelle sont organisés en septembre et le salon de Paris est organisé en décembre.

Le salon des Nauticales est organisé en début de saison afin que les acheteurs de bateaux puissent commander leur bateau sur le salon au mois de mars et être livrés avant le début de l'été.

Le report de la date du salon aux mois suivants ne permettrait plus cette facilité et l'attractivité du salon en serait probablement affectée.

Il est donc préférable de maintenir le salon à cette période de l'année, d'autant plus qu'en avril, par exemple, les risques de pluie sont très importants.

La Semidep qui assurait le transport de bateaux a annoncé son désengagement progressif, ce qui entraînera pour les éditions suivantes des coûts supplémentaires.

En 2014, le salon bénéficiera de nouvelles animations, d'un nouveau hall et d'un front de mer réhabilité.

Conclusion

D'un point de vue financier, le chiffre d'affaires de l'édition a été inférieur aux prévisions et à l'édition précédente, notamment en raison de la durée plus courte du salon, d'une météo catastrophique qui s'est abattue sur le salon du 20 au 25 mars 2013 et d'une conjoncture économique difficile. Les charges ont augmenté par rapport à l'édition précédente en raison des nouveaux et nombreux aménagements réalisés par le délégataire. Cependant, les charges restent inférieures aux charges prévues par le budget prévisionnel.

Grâce au soutien financier de la collectivité, Marseille Provence Métropole, le résultat de la délégation est en équilibre.

Le délégataire a optimisé la qualité du service grâce à des aménagements généraux judicieux améliorant la qualité de la visite et à un programme d'animation enrichi et de qualité. Il est important de souligner le sérieux et le professionnalisme de l'association « Le Grand Pavois » dans l'organisation du salon 2013. La renommée de l'association le « Grand Pavois » en tant qu'organisateur de salons nautiques internationaux a déjà eu entraîné une augmentation de l'attractivité du salon les Nauticales auprès des exposants.

Pour l'édition 2014 et les suivantes, le délégataire avec le soutien de la Communauté Urbaine Provence Métropole met tout en œuvre pour assurer une renommée plus importante du salon et promouvoir la plaisance et le nautisme sur le territoire de la Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole et hors de ses frontières.