

**SYNTHESE DU RAPPORT DU DELEGATAIRE
A L'ATTENTION DU CONSEIL DE METROPOLE**

**EDITION 2019 DU SALON « LES NAUTICALES »
GRAND PAVOIS ORGANISATION/ SAFIM**

Introduction

La 17ème édition des Nauticales, salon Nautique à Flot de la Métropole Aix-Marseille-Provence, s'est déroulée du 23 mars au 31 mars 2019 sur le port de plaisance de la Ciotat. Il s'agit de la quatrième année du contrat de DSP en cours (2016 – 2020).

Le salon nautique a rassemblé 135 exposants en 2019. Soit un chiffre constant d'une année sur l'autre.

En 2019, 47 nouveaux exposants (soit 35% du total des exposants) ont intégré le salon nautique, ce qui représente 19,7% du chiffre d'affaires relatif aux emplacements commercialisés. 49 exposants de 2018 ne sont pas revenus (36%) représentant un chiffre d'affaires de 91 964euros HT (soit 17% du total ventes HT 2019).

On note une stabilité du chiffre d'affaire, 642 k€ HT en 2019 comparé au 638 k€ HT de l'édition 2018.

En 2019, 31 525 entrées ont été comptabilisées alors qu'en 2018, il y en avait eu 26 872. La hausse de fréquentation est due, par rapport à l'année 2018, à l'ouverture du salon sur neuf jours. En 2018, le salon avait fermé ses portes le dimanche soir. Par contre, la fréquentation est identique à celle de 2017 (31 723). Le soleil a été présent toute la période du salon, accompagné de vent faible à modéré du lundi au vendredi.

I. Le contenu du rapport

Le rapport remis par le délégataire, le groupement Grand Pavois Organisation/SAFIM, contient de nombreuses informations concernant l'aspect financier de la délégation et la qualité de la prestation proposée lors de l'édition 2019. Celui-ci permet une analyse approfondie de l'activité déléguée pour cette édition 2019.

II. Préparation et déroulement du salon

II.1. Communication

Le coût du plan média pris en charge par le délégataire s'élève à 126 458€ HT (126 427€ HT en 2017) reporté entre l'affichage, la campagne radio, la presse quotidienne régionale, la presse spécialisée, la communication internet, les réseaux sociaux, le site Internet et les actions marketing.

On comptabilise notamment :

- 2 237 faces d'affichage (2 172 en 2018) réparties sur la Métropole Aix-Marseille-Provence (dont Marseille, La Ciotat, Martigues, Istres, Salon de Provence, Aix, Pays d'Aubagne...), Toulon et périphérie, Hyères, le réseau Cartreize, Hyères + les gares de Toulon, Aix TGV et Valence...
- 193 spots achetés (contre 291 spots radios en 2018)

Le délégataire a maintenu son effort de développement auprès des partenariats avec la presse de manière à augmenter la visibilité et la notoriété du salon :

- France Bleu Provence - « Radio officielle des Nauticales » : émissions en direct et opérations spéciales avec des jeux et événement dédié aux Nauticales sur le site de France Bleu
- Radios locales (France Bleu Provence, Radio Golfe d'Amour)
- La Presse écrite : Côt&Pêche, Magazine Plongez !, Youboat
- Site web spécialisés : ActuNautique, Vogavec moi, Youboat

Cette année encore les relations presses étaient gérées par le délégataire. A ce titre, le délégataire a aménagé une salle de presse de 70 m² avec le matériel informatique nécessaire. Plusieurs communiqués de presse ont été adressés à la Presse nationale et internationale.

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

- En Décembre 2018, les Nauticales avaient pour la septième fois un stand au Nautic de Paris et pour la cinquième fois un stand conjoint avec Grand Pavois Organisation et des différentes activités (Grand Pavois la Rochelle, Salon Piscines & Bateaux, Défi Atlantique, Rallye des îles du Soleil).
- Actions de commercialisation des Nauticales sur les salons nautiques de La Rochelle, Cannes et Düsseldorf.

II.2. Partenariats

Les partenaires en échange marchandises :

On note les nouveaux partenariats suivants : CASINO PLEIN AIR, LE MOUSSE et le maintien des partenariats avec ELLIA, MARINE FLOOR,

Les partenaires financiers :

Les partenaires financiers sont le Groupe ONET (11 500 €HT), ISUZU (9000€ HT) dotation identique à 2018 et le Crédit Agricole Alpes Provence (3000 €HT),

Les partenaires non valorisés :

INDIGO, Crédit maritime, Tunnel du Prado.

Les partenariats presse valorisés sont Plongez, France Bleu Provence, Régie Fréquence Espace, Motors Gate/Youboat.

II.3. Aménagement du salon

Le salon a été aménagé sur une surface totale de 25 000 m² (comme en 2018).

Le délégataire a amélioré l'aménagement au salon 2019 grâce à des changements notables :

- L'espace institutionnel Métropole Aix-Marseille-Provence a été de nouveau déplacé cette année et reconfiguré. Il a été déplacé du côté ex-Casino sur l'esplanade François Mullet et regroupait le stand de la ville de la Ciotat et l'Espace Conférence, soit une surface de 300m² d'exposition globale (+50m² par rapport à 2018) cf. détails ci-dessous.
- Création d'une surface à flot attenante au pavillon institutionnel, utilisée en tant qu'espace d'exposition des innovations présentées dans le cadre des deux journées consacrées à cette thématique.
- Développement de l'Espace Bateaux d'Occasion sur le quai des Capucins et sur une partie du Quai Nord cette année. Ce nouvel espace a accueilli 21 bateaux d'occasion répondant à des critères spécifiques de sélection : plus de 7 mètres et sélection de la qualité du bateau présenté.
- La structure du Hall Équipements & Accessoires utilisée en 2018 a été diminuée en 2019 de 100m². Le Hall Services a lui aussi été diminué de 20m² en 2019, et placé sur le quai Nord.
-

L'espace institutionnel Métropole Aix-Marseille-Provence qui se trouvait directement dans le prolongement de l'entrée jusqu'en 2017, a été déplacé côté bassin des Capucins.

La volonté de ce nouveau positionnement était :

- De permettre aux invités d'y accéder rapidement depuis l'entrée principale et du parking de La TASSE,

- De bénéficier d'un emplacement plus qualitatif,
- Augmenter le trafic visiteurs,
- D'avoir un accès direct au bassin,
- De bénéficier de l'espace Conférences à proximité immédiate,
- Et enfin d'associer la Ville de la Ciotat.

L'ensemble de ces modifications a permis d'optimiser un grand nombre d'opérations mises en place par la Métropole Aix-Marseille-Provence et la Ville de La Ciotat. Ainsi rencontres et débats entre professionnels concernés par l'opération Innovations des mardi et mercredi, forum lié aux métiers de la mer ouvert au grand public le jeudi, accueils des nouveaux ciotadens, déjeuner officiel des maires le vendredi... se sont succédé pendant les 9 jours d'exposition.

Par ailleurs, le délégataire a conservé les changements opérés les précédentes éditions qui avaient eu du succès :

- Sens de circulation avec cheminement unique pour apporter plus de visibilité aux exposants,
- Entrée unique en contrebas de l'esplanade du Loup avec arrivées des navettes à proximité (chapelle des pénitents)
- Un traçage sur les allées afin de faciliter les accès des secours mais aussi la visibilité des stands,
- Mise en place d'un système ergonomique de liaison reliant les panes 100, 200 et 300 à la panne transversale
- Une tente d'entrée de 225 mètres carrés dans laquelle est intégré la billetterie, l'espace Presse, des zones de stockage et de travail (mise en sac, bureau comptabilité et gestion des entrées...) mais aussi, en 2019, l'accueil des Exposants.
- Renouvellement de la présence d'un bassin au Village de la Glisse.
- Reconduction en 2018 du parking visiteur de 400 places situées sur un terrain appartenant à la Métropole Aix-Marseille-Provence sur la zone La Ciotat Shipyards. L'utilisation de ce parking mis en place en 2018 a permis de centraliser les véhicules sur une même zone, optimisant de fait le système de navettes gratuites qui a été étendu sur toute la semaine pour la 2^e années consécutives.

Cette année encore, le montage et le démontage du salon a été effectué de manière optimale par le délégataire en collaboration avec les équipes de la Direction de la Mer de la Métropole.

277 bateaux ont été déplacés du bassin des capucins, soit 8 de plus qu'en 2018(raison de l'espace à flot devant la tente Métropole Aix-Marseille-Provence). Si l'on retire les 41 bateaux hors du port n'occupant pas leurs emplacements attirés durant la période du salon, cela porte à 236 le nombre de bateaux déplacés. Ces bateaux ont été accueillis, entre autres, dans les ports suivants :

- Port Vieux de La Ciotat : 92 bateaux (dont 32 convoyages)
- Nouveau Port La Ciotat : 52 bateaux (dont 20 convoyages)
- La Ciotat Shipyards : Port à sec 24 bateaux (dont 20 convoyages)
- La Ciotat Shipyards : Terre-plein 29 bateaux (dont 26 convoyages)

Des bateaux ont également aussi été accueilli sur les ports de Cassis, de Marseille, de PortMiou ainsi que des ports du Var (Saint-Cyr Les Lecques, La Madrague, les Embiez).

III. Bilan qualitatif

III.1. Le visitorat

- 31 525 entrées (26 872 en 2018) dont 12 959 badges scannés sur la période : exposants, VIP, presse, Métropole, services, prestataires...

Soit 21 442 entrées payantes et gratuites réparties comme suit :

- 74% (73% en 2018) d'entrées gratuites, soit 19 893 entrées. La part des invitations gratuites en 2019 est en augmentation par rapport à l'année 2018, qui s'explique avec la fermeture du deuxième dimanche du salon en 2018. Par contre, par rapport à 2017, la quantité d'invitations reste stable.

- 26% (27% en 2018) d'entrées payantes, soit 8 196 entrées.
 - Les visiteurs (profil : qualifié ou retraité et majoritairement masculin)
- 52% sont propriétaires d'un bateau ou « véhicule » nautique (55% en 2018)
- 90% pratiquent des activités nautiques (83% en 2018)
- 72% viennent des Bouches du Rhône (77% en 2018)
- 57 % d'hommes (66% en 2018), la clientèle reste majoritairement masculine, et d'un âge moyen de 50 ans et demi (51 ans en 2018). 72% des visiteurs sont âgés de 45 ans et plus.
- 40% sont CSP+, cette catégorie augmente sensiblement et représente quatre visiteurs sur dix.
- 54 % sont satisfaits de leur visite (61 % en 2018) avec 38% de « très satisfait » (25% en 2018)
- Comme les années précédentes, le souhait d'avoir davantage d'articles d'accastillage est particulièrement marqué et ressort comme l'attente n°1 des visiteurs avec 9,7 % à égalité avec une présence accrue d'aquarium.
- Le village des associations, le Village de la Glisse, l'Accrovoile et le manège des Gazelles sont cette année les trois animations qui ont été les plus vues.

III.2. Les exposants

- 28% confirment que le salon leur a permis de faire des affaires (2% considèrent qu'il est prématuré de répondre à cette question au moment du questionnaire)
- 72% sont satisfaits de leur emplacement
- 51% souhaitent être présent à la prochaine édition
- 66% sont satisfaits de l'organisation générale du salon

III.3. Les animations

Budget des animations : 47 990 € (54 725€ HT en 2018)

Le délégataire s'est appuyé sur les animations qui ont fait leur preuve lors de l'édition précédente les sorties en mer, le bassin de l'Espace Glisse, la compétition de Rock Fishing, les démonstrations de sauvetage en mer

Il a également mis en œuvre de nouveaux temps forts :

- Le parrainage de Guillaume Néry est un champion d'apnée français, champion du monde d'apnée en poids constant et spécialiste de la profondeur.
- Le village Classique & Tradition
- Le village glisse (4000m²)
- Le côté enfants avec différentes animations tout au long du salon

De nombreuses animations ont eu lieu à l'initiative de la Métropole Aix Marseille Provence :

- Showroom innovations et nouvelles technologies, suivi d'une table-ronde « Comment les innovations révolutionnent-elles les bateaux et la plaisance ? »
- Forum de l'emploi des métiers de la mer : des rencontres avec des entreprises qui recrutent.
- Lancement de la SailGP (nouveau en 2019), compétition en catamarans à foils, dont la finale se déroulera en septembre 2019.

IV. Economique 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 2019, la durée du salon a été de 9 jours, comme pour les dernières éditions.

IV.1. Les recettes

Pour l'édition 2019 du salon Les Nauticales, le chiffre d'affaires s'élève à 642 K€ HT, stable par rapport à l'édition 2018 (638 K€ HT).

Le total des recettes liées aux emplacements est de 540 K€ (contre 523,6K€ en 2018), cette augmentation des recettes s'explique par :

- le chiffre d'affaires hors billetterie est de 588 K€, identique à celui de 2018,
- la recette billetterie (53,6 K€) est en hausse de 9% par rapport au résultat de 2018 en raison d'un décompte sur 9 jours d'ouverture cette année et d'une belle météo.

Ce résultat est supérieur de 3% au prévisionnel.

STANDS	FACTURATION 2018	FACTURATION 2019
M2 stands couverts + hall	155 327,00 €	144 219,00 €
M2 stands air-libre + restaurants	206 920,00 €	220 311,00 €
Bateaux à flot	76 924,00 €	88 647,00 €
Prestations techniques	41 629,00 €	47 042,00 €
Frais de dossier	39 879,00 €	36 855,00 €
Associations	2 958,00 €	3 114,00 €
TOTAL C.A	523 637,00 €	540 187,00 €

Le total des recettes est composé du chiffre d'affaires lié à l'activité du délégataire de 642 K€, auquel s'ajoute la participation de la Métropole Aix-Marseille-Provence de 687K€. Ce total des recettes atteint ainsi 1 329 K€ HT pour l'édition 2019. Une légère augmentation du total des recettes de 0,6% est constatée par rapport à 2018 (1 323 K€ HT) et résulte de la diminution du chiffre d'affaires.

IV.1.1. Grille tarifaire et remises

➤ Emplacements

Type de stand	Unité	2018		2019	Evolution 2019/2018
		Réserv avant 16/01	Réserv après 16/01		
Stand couvert extérieur 3m x 3m	€ HT/ cellule	1 046	1 067	1 088	2,0%
Stand couvert extérieur 3m x 3m (village des associations)	€ HT/ cellule			519	
Stand couvert extérieur 4m x 4m	€ HT/ cellule	1 856	1 893	1 930	2,0%
Stand couvert extérieur 5 m x 5 m	€ HT/ cellule	2 907	2 965	3 024	2,0%
Stand couvert extérieur bureau 3 m x 3 m	€ HT/ cellule	1 377	1 404	1 450	3,3%
Stand couvert extérieur bureau 4 m x 4 m	€ HT/ cellule	1 938	1 977	2 095	6,0%
Stand air libre (pour bateaux exposés à terre)	€ HT/m ²	47	48	49	2,1%
Stand m ² sous hall sans moquette	€ HT/m ²	131	134	139	3,7%
Stand m ² sous hall avec moquette	€ HT/m ²	140	143	149	4,2%
Espace restauration	€ HT/m ² construit	sur devis *	sur devis *	sur devis *	
Bateau à flot	€ HT/ mètre linéaire	110	112	115	2,7%
Bateau à flot Espace bateaux d'occasion	€ HT/ mètre linéaire	77	77	80	3,9%
Multicoque à flot	€ HT/ mètre linéaire	155	158	161	1,9%
Multicoque à flot Espace bateaux d'occasion	€ HT/ mètre linéaire	109	109	115	5,5%
Droits d'inscription	€ HT/ dossier	370	378	378	0,0%

En 2019, il n'y a pas de prestations commandées avant le 16/01. Un nouveau tarif Stand couvert extérieur 3mx3m pour les Village des associations est créé.

Globalement tous ces tarifs augmentent en moyenne de 3%.par rapport aux tarifs 2018 (après le 16/01).

➤ Billetterie

Edition	Plein tarif		Evolution N/N -1 En %	Enfant jusqu'à 12 ans	E-invitation		Evolution N/N -1 En %	Tarif réduit	
	En € TTC	En € HT			En € TTC	En € HT		En € TTC	En € HT
2015	7	5,83		Gratuit	6	5		4	3,33
2016	7,5	6,25	7%	Gratuit	6,5	5,42	8%	4	3,33
2017	7,5	6,25	0%	Gratuit	6,5	5,42	0%	4	3,33
2018	8	6,67	7%	Gratuit	7	5,83	8%	4,5	3,75
2019	8	6,67	0%	Gratuit	7	5,83	0%	4,5	3,75

Conformément au contrat de DSP, l'ensemble des tarifs ont été augmentés de 50ct d'euros en 2018, et restent stables jusqu'en 2020.

IV.1.2. Présentation des surfaces et longueurs d'exposition facturées en m² ou mètre linéaire (ml)

	2018	2019	Evolution 2019/2018
Bateaux à flot et multicoques (ml)	884	950	7,50%
Bateaux exposés à terre (m2)	4325	4541	5,00%
Stands couverts marchands (m2)	1591	1379	-13,30%
Restaurants (m2)	680	609	-10,40%

En 2019, nous constatons que les surfaces commercialisées à flot ont augmenté de 7,50%, ainsi que les bateaux exposés à terre de 5%. A contrario, les stands couverts marchands et les surfaces réservées aux restaurants ont respectivement diminuées de 13,30% et 10,40%.

IV.1.3. Les différents postes de recettes et leur évolution par rapport à l'édition 2018

Les Recettes en (K€)	2018	2019	Evolution 2019/2018
CA EMBLEMENTS	524	540	3,20%
<i>Bateaux à flot</i>	75	87	16,1%
<i>Multicoques</i>	2	1	-20,30%
<i>Bateaux exposés à terre</i>	164	183	11,50%
<i>Stands couverts marchands</i>	155	144	-7,2%
<i>Institutions (remise à 100%)</i>	0	0	
<i>Associations (remise à 50%)</i>	3	3	5,30%
<i>Restaurants</i>	43	37	-12,80%
<i>Inscriptions, assurances</i>	40	37	-7,60%
<i>Prestations techniques</i>	42	47	13,00%
CA PRESTATIONS ANNEXES (parking et publicité exposants)	5	4	-14,40%
CA PARTENARIATS	60	44	-26,10%
CA BILLETERIE	50	54	8,20%
TOTAL CA	638	642	0,7%
PARTICIPATION délégant	687,4	687,0	-0,05%
TOTAL RECETTES (CA + participation délégant)	1 325	1 329	0,30%

➤ **Recettes issues des emplacements**

En 2019, le chiffre d'affaires « emplacement » a augmenté de 3,2%.

Cette augmentation est à mettre en parallèle de la hausse sensible sur la réservation d'espaces bateaux à terre (stand air-libre +12,2%) et de l'exposition à flot (+10%). A noter une baisse des recettes liées à l'espace restauration due à une offre « food truck » avec une facture moins importante et une diminution du restaurant principal. Le poste prestations techniques (+13%) augmente grâce à une offre web présente directement dans l'espace « Exposants » avec possibilité de commande directe.

➤ **Recettes issues des partenariats**

Le chiffre d'affaires lié aux partenariats a baissé de 26,1% en 2019, soit 44 K€ en 2019 contre 44 K€ en 2018.

➤ **Recettes issues de la billetterie**

Les recettes provenant des entrées (payantes) des visiteurs représentent 54 K€ HT en 2019, ce qui augmente de 8,2% les recettes par rapport à l'année précédente, pouvant s'expliquer essentiellement par la hausse de fréquentation par rapport à l'année 2018 et l'ouverture du salon sur 9 jours. Les tarifs des billets sont inchangés entre 2018 et 2019.

➤ **Participation de la Métropole Aix-Marseille-Provence**

La participation du délégant à l'organisation du salon nautique s'est élevée à 687 K€ en 2019, elle est quasiment équivalente à celle versée par le délégant pour l'édition 2018 (687,4 K€).

IV.1.4. Composition des recettes exprimées en % par rapport au total des recettes, pour l'édition 2019

Les Recettes	2018 K€ HT	2019 K€ HT	2018 En %	2019 En %
CA EMBLEMENTS	524	540	39,6%	40,6%
CA PRESTATIONS ANNEXES	5	4	0,3%	0,3%
CA PARTENARIATS	60	44	4,5%	3,3%
CA BILLETTERIE	50	54	3,7%	4,0%
PARTICIPATION DELEGANT	687	687	51,9%	51,7%
TOTAL RECETTES	1 325	1 329	100%	100%

Entre 2019 et 2018 nous remarquons que la composition des recettes reste sensiblement la même, avec une participation du délégant de 52% de l'ensemble des recettes du salon, contre 48% de recettes générées par le salon lui-même.

Cette subvention est allouée au délégataire car les tarifs ne peuvent être fixés à un niveau suffisant pour couvrir les charges du salon. Ce soutien exprime également la volonté de maintenir l'attractivité du salon dans un contexte très concurrentiel, nécessitant des entrées gratuites et des tarifs préférentiels.

Dès 2013, en confiant à l'association Grand Pavois, organisateur de salons nautiques internationaux (La Rochelle, Shenzhen en Chine, à 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.

IV.1.5 Comparaison des recettes du salon 2019 aux recettes prévues par le compte d'exploitation prévisionnel

Le montant total des recettes inscrit au contrat est de 1 403 K€ or le montant réalisé en 2019 s'élève à 1 329 K€, soit un delta négatif de 5,2 % par rapport aux prévisions.

Ce delta négatif est engendré par un chiffre d'affaires moins important que celui fixé par le contrat. Le chiffre d'affaires prévu était de 716 K€ HT or il a atteint 642 K€, soit un delta négatif de 10,3 %.

IV.2. Les charges

Pour l'édition 2019 du salon, les charges s'élèvent à 1 329 K€ HT, celles-ci ont peu augmenté par rapport à 2018 (+2,5%).

Le poste « Libération du site et aménagement du salon » est resté au niveau qu'en 2018, soit 495 K€ (510K€ en 2017).

IV.2.1. Les différents postes de charges et leur évolution par rapport à l'édition 2018

Les charges (K€ HT)	2019	2018	Evolution 2019/2018
Libération du site et aménagement du salon	495	495	0,0%
Exploitation	214	211	-1,2%
Animations	65	67	2,8%
Communication- promotion- relations presses	230	225	-2,2%
Aménagement stand Métropole et stand Nauticales sur le salon de Paris	38	44	17,1%
Redevance Métropole	22	22	2,0%
Rémunération délégataire	261	264	1,1%
TOTAL DES CHARGES	1 325	1 329	0,3%

➤ Libération du site et aménagement du salon

Le poste de charges le plus important correspond aux dépenses nécessaires pour la Libération du site et l'aménagement du salon et s'élève à 495K€.

Ces dépenses correspondent au déplacement des bateaux effectués par le délégataire.

En 2019, 277 bateaux des usagers du port de Plaisance de la Ciotat ont été déplacés vers La Ciotat Shipyards (stockage à flot et à sec), vers d'autres ports de la Ciotat comme Saint Jean, et aussi vers des ports du Var. Ces déplacements sont indispensables pour permettre l'accueil des bateaux proposés par les exposants du salon.

On peut noter que cette année encore, les recettes provenant de la vente d'emplacements à flot ne couvrent pas les frais occasionnés : 87 K€ de recettes contre 109 K€ de frais liés uniquement à la libération du site.

Les dépenses d'aménagement du salon 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 (174 K€) et l'aménagement spécifique des stands correspondant à la location et au montage des structures, cloisons et moquettes (202K€).

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 d'équipements.

➤ **Les charges d'exploitation**

Les charges d'exploitation comprennent notamment les charges liées au gardiennage, au nettoyage, à la régie technique, à la présence d'hôtesse sur le salon et à la gestion de la billetterie.

Les charges d'exploitation s'élèvent à 211 K€ en 2019, soit une diminution de 1,2% par rapport à 2018 (214 K€). Les prestations correspondent à celles effectuées en 2018.

➤ **Les charges d'animation et missions réceptions**

En 2019, ce poste regroupe les charges d'« animations » d'un montant de 48 K€ et les charges de « missions réceptions » de 19 K€, pour un total de 67 K€. Le délégataire a conservé les animations qui ont plu aux visiteurs les années précédentes et en a instauré de nouvelles. Le programme des animations est toujours d'une qualité satisfaisante (cf III.3 « animations »).

➤ **Les charges de communication**

Les charges communication s'élèvent à 225 K€ en 2019, soit une légère diminution de 2,2 % par rapport à l'édition précédente (230 K€).

Le poste le plus important correspond à l'achat d'espaces (plan média) pour un montant de 126 K€.

➤ **Aménagement du stand de la Métropole aux Nauticales et du stand des Nauticales au salon de Paris**

En 2019, le montant de l'aménagement des stands s'est élevé à 44 K€, soit une hausse de 17 % (38 K€ en 2018).

➤ **La redevance versée au délégant**

Le montant de la redevance versée au délégant est en baisse de 5,2 % à hauteur de 22 K€ en 2018 contre 23 K€ en 2017.

Ce montant correspond à la part fixe de la redevance définie par le contrat de DSP et à la part variable fonction du chiffre d'affaires de l'édition.

Le montant de la part fixe est de 21,6 K€ conformément au contrat.

Contractuellement, la part variable représente 20% du chiffre d'affaires (emplacements, partenariats et visiteurs) au-delà du seuil de 637 K€, fixé pour l'édition 2018. Pour cette édition, le montant du CA étant inférieur au seuil, il n'y a pas de part variable.

➤ **La rémunération du délégataire**

La rémunération du groupement Grand Pavois Organisation - SAFIM représente 264 K€ en 2019, soit une augmentation de 1,1% par rapport à 2018 (261 K€).

IV.2.2. Composition des charges exprimées en % par rapport au total des charges, pour l'édition 2019

Les charges	2018	2019
Libération du site et aménagement du salon	37,4%	37,2%
Exploitation	16,1%	15,9%
Animations - missions réceptions	4,9%	5,0%
Communication - promotion - relations presse	17,4%	17,0%
Aménagement stand Métropole et stand Nauticales sur le salon de Paris	2,9%	3,3%
Redevance Métropole	1,6%	1,7%
Rémunération délégataire	19,7%	19,9%
TOTAL DES CHARGES	100,0%	100,0%

Les charges pesant le plus parmi le total des charges, soit 37,2% des charges, correspondent aux dépenses liées à la libération du site et à l'aménagement du salon.

Le deuxième poste de charges le plus important en volume est celui relatif à la rémunération du délégataire, soit 19,9 %.

Le troisième poste de charges, le plus important en volume, concerne les dépenses liées à la communication, la promotion et les relations presse, soit 17 % du total des charges.

IV.2.3. Comparaison des charges du salon 2019 aux charges prévues par le compte d'exploitation prévisionnel

Les charges (en K€ HT)	2019 prévisionnel du contrat	2019 réalisé	Ecart 2019 (réalisé - prévisionnel)	Ecart 2019 (réalisé /prévisionnel) en %
Libération du site et aménagement du salon	553	495	-58	-10,5%
Exploitation	233	211	-22	-9,5%
Animations - missions réceptions	72	67	-5	-7,3%
Communication - promotion - relations presse	246	225	-20	-8,3%

Aménagement stand Métropole et stand Nauticales sur le salon de Paris	36	22	18	67,0%
Redevance Métropole	31	22	-14	-38,2%
Rémunération Grand Pavois/SAFIM	236	264	28	11,9%
TOTAL DES CHARGES	1 403	1 329	-74	-5,2%

Le compte d'exploitation prévisionnel prévoit 1 403 K€ de charges alors que les charges de l'édition 2019 se sont élevées à 1 329 K€. Un delta global de 5,2 % est donc constaté.

Ce delta de 74 K€ est la conséquence d'un chiffre d'affaires moins élevé que celui inscrit au contrat, 642 K€ contre 716 K€ au prévisionnel.

Les montants des charges inscrits sur le compte de résultat sont du même ordre de grandeur que ceux inscrits dans le prévisionnel établi dans le contrat.

Des écarts importants sont constatés :

* (-) 58 K€ sur les charges liées à la libération du site et à l'aménagement du salon (réalisé : 495 K€ / prévisionnel : 553 K€)

* (+) 28 K€ sur la rémunération du délégataire (réalisé : 264 K€ / prévisionnel : 236 K€) – pour rappel, la rémunération du délégataire agit comme variable pour l'équilibre des comptes, et permet d'équilibrer les diminutions de dépenses connexes.

IV.3. Le résultat de l'exercice

Le résultat de l'exercice 2019, comme en 2018, 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 Métropole Aix-Marseille-Provence) s'élèvent tous deux à 1 329 K€.

Perspectives 2019

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 de Port-Camargue 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

Le délégataire fait part de quelques commentaires émis par les exposants. Pour plusieurs exposants, le coût du salon de 9 jours est trop important et celui-ci bénéficie seulement d'une clientèle locale.

Les professionnels du nautisme de la région sont associés depuis fin 2017 aux réflexions sur les Nauticales.

Pour rappel, en 2013, un salon au format de 6 jours, semblable aux salons internationaux, avait été testé. Ce format n'a pas été reconduit car il ne rassemblait pas assez de visiteurs, puisque ce salon ne comprenait qu'un seul week-end. 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.

L'article 1 du contrat de DSP dispose que l'organisation et l'exploitation du salon nautique pour les éditions de 2016 à 2020 seront effectuées en continuité sur une partie de plan d'eau et de terre-pleins du port de plaisance de la Ciotat.

Le marché des bateaux d'occasion a été qualifié d'outil intéressant apprécié des exposants et sera, donc, reconduit pour la prochaine édition.

Conclusion

D'un point de vue financier, le chiffre d'affaires de l'édition, soit 642 k€, a été stable par rapport à l'édition précédente (638 k€) et a atteint 90 % du chiffre d'affaires inscrit au prévisionnel (716 k€).

Ce salon nautique, qui conserve sans discussion sa position de 4ème salon français, est la vitrine de la qualité, du dynamisme et de l'attractivité de la Métropole Aix-Marseille-Provence et de la Ville de La Ciotat en matière de nautisme.

Avec une fréquentation de 31 525 entrées, le bilan de la fréquentation du salon est positif. Nous retrouvons le chiffre de 2017, après la baisse de 2018 liée à la fermeture anticipée du salon une journée avant la fin.

La météo favorable a contribué à la réussite de cette manifestation en plein air. La manifestation à l'entrée des Gilets Jaunes le premier samedi n'a pas perturbé le bon déroulement de cette première journée de salon. Ce mouvement a été très bien canalisé par les forces de l'ordre

Le montant des charges a été maîtrisé par rapport à l'édition précédente et respecte le budget prévisionnel du contrat.

Grâce au soutien financier de la collectivité, la Métropole Aix-Marseille-Provence, le résultat de la délégation est en équilibre depuis 2013.

Selon les sondages effectués par le délégataire lors du salon, les visiteurs qui se sont déplacés avaient une véritable motivation pour le nautisme.

Concernant les ventes réalisées par les professionnels présents sur le salon, le délégataire ne dispose pas de données chiffrées. Le retour de la part des exposants sur les résultats commerciaux varie selon les marques et les secteurs d'activités. Le niveau des ventes a été globalement bon pour la plupart des exposants.

Depuis l'édition 2013, le délégataire optimise la qualité du service grâce à des aménagements généraux judicieux améliorant la qualité de la visite et à un programme d'animation diversifié. Par ailleurs, la renommée de l'association « Grand Pavois Organisation » en tant qu'organisateur de salons nautiques internationaux a permis d'augmenter l'attractivité du salon les Nauticales auprès des exposants.

L'objectif recherché est toujours d'assurer un développement du salon.

Il s'agit également de confirmer l'ancrage de l'évènement dans l'agenda annuel des professionnels du nautisme et un grand pas a été effectué en ce sens depuis 2017, grâce à la signature d'une convention de parrainage avec la Fédération des Industries Nautiques. Les Nauticales fait partie, avec le Grand Pavois de la Rochelle, des deux seuls salons nautiques français bénéficiant de ce parrainage. La Fédération des Industries Nautiques étant par ailleurs propriétaire des salons de Cannes et Paris.

Pour les éditions suivantes, le délégataire avec le soutien de la Métropole Aix-Marseille-Provence mettra tout en œuvre pour asseoir la renommée du salon et promouvoir la plaisance et le nautisme sur le territoire de la collectivité et hors de ses frontières.

Le salon des Nauticales confirme, une année encore, sa position de 4^{ème} salon français après les salons de Paris, La Rochelle et Cannes et s'impose comme le salon de printemps méditerranéen de référence.