

RAPPORT ANNUEL DE DÉLÉGATAIRE

LES NAUTICALES 2023
du 18 au 26 mars 2023

Un événement de la Métropole Aix-Marseille-Provence piloté par La Provence



Rapport annuel du délégataire retraçant la totalité des opérations afférentes à l'exécution de la délégation de service public.

0. PREAMBULE	2
0.1. CONTEXTE DU CONTRAT	2
0.2. FONDEMENT DE L'ANALYSE	2
1. LES NAUTICALES 2023 : PREPARATION ET DEROULEMENT DU SALON	3
1.1. CONCEPT, COMMUNICATION ET LES RELATIONS PRESSE.....	3
1.1.1. L'identité visuelle.....	3
1.1.2. Le plan médias.....	5
1.1.3. Les actions hors médias & marketing.....	10
1.1.4. Les relations presse	11
1.1.5. Les partenariats médias	13
1.2. LA COMMERCIALISATION ET LES PARTENARIATS	16
1.2.1. Les ventes 2023	16
1.2.2. Les exposants 2023	16
1.2.3. Chiffre d'affaires exposants.....	17
1.2.4. Les Partenariats 2023	17
1.2.4. Mise en place de la commercialisation	19
1.2.5. Les exposants à flot et à terre	19
1.2.6. Liste des bateaux présentés à flot au Nauticales 2023	21
1.2.7. Les restaurants	23
1.3. LES AMENAGEMENTS ET L'EXPLOITATION DU SALON	24
1.3.1. Libération du site.....	27
1.3.2. Aménagements généraux	27
1.3.3. Services.....	30
1.4. LE VISITORAT	33
1.4.1. Les chiffres globaux	33
1.4.2. Évolution des entrées payantes par tarif	33
1.4.3. Provenance des visiteurs.....	34
1.4.3. Segmentation du visitorat	35
1.4.4. Les invitations.....	35
1.5. LES ANIMATIONS	36
2. BILAN QUALITATIF DES NAUTICALES 2023.....	40
2.1. LA COMMUNICATION ET LES RELATIONS PRESSE	40
2.1.1. La Communication.....	40
2.1.2. Les Relations Presse	43
2.2. LA COMMERCIALISATION : PERCEPTION DES EXPOSANTS.....	45
2.4. LES RETOURS DES VISITEURS	51
2.5. LA VIE DU SALON	53
3. BILAN FINANCIER DES NAUTICALES 2023	57
3.1. LES RECETTES.....	57
3.2. LES CHARGES	57
3.3. SYNTHESE	57
3.4. BILAN/COMPTE D'EXPLOITATION 2023	58
4. BILAN ET PERSPECTIVES	61
5. ANNEXES	65
5.1. COMPTE-RENDU EVENT	65
5.2. COMPTE-RENDU QUALITATIF	71
5.3. COMPTE-RENDU FINANCIER	71
5.4. ORGANISATION.....	71
5.5. NAUTIC PARIS.....	72
5.6. CONTRATS D'ASSURANCE.....	73
5.7. ÉTAT DES SINISTRES	73

0. Préambule

Après un épisode sanitaire sans précédent ayant conduit à l'annulation de deux éditions du salon, Les Nauticales ont repris leur place d'évènement nautique incontournable en France, et même en Europe. Évènement majeur organisé sur le 1^{er} pôle de plaisance d'Europe et hébergé dans la plus belle baie du monde, il constitue un outil de promotion du territoire métropolitain, mais aussi de soutien à toute une industrie nautique en manque de relais et de visibilité.

0.1. Contexte du contrat

La Métropole Aix-Marseille-Provence - subrogée dans les droits à la Communauté urbaine Marseille Provence Métropole depuis le 1er janvier 2016 - exerce la compétence « mer et nautisme » sur l'ensemble de son territoire. A ce titre, il lui revient la gestion des manifestations nautiques sur le territoire.

Par délibération du Conseil de la Métropole n°TCM 011-10190/21/CM du 04 juin 2021 du 04 juin 2021 et convention de délégation de service public n°Z202103DSP, la Métropole Aix-Marseille-Provence a délégué au Groupe La Provence l'organisation et l'exploitation du Salon nautique « Les Nauticales » de la Métropole Aix-Marseille-Provence. Ce contrat a été conclu pour une durée de 5 ans, de 2022 à 2026.

Missions

La Métropole a confié au délégataire les missions suivantes :

- L'organisation du salon
- Le recrutement d'exposants de qualité
- Le remorquage des bateaux

Les moyens techniques nécessaires à l'exploitation du service sont entièrement fournis par le délégataire, qui prend également en charge l'ensemble des investissements et dépenses de fonctionnement nécessaires à l'exploitation du service dans de bonnes conditions.

0.2. Fondement de l'analyse

Conformément à l'article L. 1411-3 du CGCT et aux dispositions de l'article 52 de l'ordonnance n° 2016-65 du 29 Janvier 2016 relative aux contrats de concession, le délégataire produit chaque année avant le 1er juin un rapport comportant notamment les comptes retraçant la totalité des opérations afférentes à l'exécution de la délégation de service public et une analyse de la qualité de service, et dont le contenu est précisé à l'article R.1411-8 du même code, à l'article 33 du décret n° 2016- 86 du 1er février 2016 relatif aux contrats de concession et à l'article 4.1 du contrat de DSP.

Le rapport annuel de l'ancien délégataire Grand Pavois Organisateur portant sur l'exercice 2019 a été produit le 25 mai 2020.

1. Les Nauticales 2023 : préparation et déroulement du salon

1.1. Concept, communication et les relations presse

Rappel :

- La collectivité délégante est le partenaire titre et majeur
- La collectivité délégante est propriétaire du nom du salon et est responsable du dépôt légal du nom du salon.
- La collectivité délégante est propriétaire du nom de domaine du site internet du salon www.lesnauticales.fr

1.1.1. L'identité visuelle

Pour cette 20^{ème} édition du salon Les Nauticales, le Groupe La Provence a fait appel à son studio graphique pour réaliser l'affiche 2023.

L'objectif de l'identité visuelle était de réaliser les actions suivantes :

- Attirer un public intéressé par toutes les activités nautiques en ouvrant l'événement à cette cible.
- Augmenter le nombre de points d'intérêt et d'événements marquants.
- Élargir la gamme d'animations, de rencontres et de points de contact pour les visiteurs.
- Donner une nouvelle image au salon et dynamiser la communication tout au long de l'année.

De très nombreuses propositions ont été réalisées pour donner suite au premier brief fourni. À la suite de cela, un second brief a été exposé pour la conception d'autres visuels.

Brief N°1

Réaliser une conception visuelle en flat design en raison des réactions positives reçues pour l'affiche "poster" de l'année précédente. Mettre en évidence la célébration du 20^{ème} anniversaire du salon.

Maintenir l'élément central de la marque, le logo et sa baseline « Les Nauticales, la mer passionnément », qui bénéficie d'une grande reconnaissance dans la région, afin de communiquer clairement sur l'événement principal (le salon nautique) et de maintenir la fidélité à la marque.

La sélection délibérée de visuels de bateaux, comprenant à la fois un bateau à moteur et un bateau à voile, vise à représenter la diversité de l'offre proposée lors du salon et à attirer à la fois les amateurs de bateaux à moteur et les passionnés de voile. L'inclusion du "bec de l'Aigle" en arrière-plan permet de mettre en valeur la magnifique baie de La Ciotat, considérée comme l'une des plus belles au monde.

Brief N°2

Créer une affiche totalement différente avec un montage photo de bateaux modernes. L'intention derrière le choix des visuels de bateaux, incluant à la fois un bateau à moteur et un bateau à voile, est de mettre en avant la variété de l'offre présentée lors du salon et d'attirer aussi bien les enthousiastes des bateaux à moteur que les fervents de la voile. Afin de maintenir la cohérence de la marque et de renforcer la reconnaissance qu'elle suscite dans la région, il est important de conserver l'élément clé de la marque : le logo avec sa baseline « Les Nauticales, la mer passionnément ». Cela permettra de communiquer de manière claire sur l'événement principal, le salon nautique, tout en préservant la fidélité des adeptes de la marque.

Le 20ème anniversaire du salon doit être discrètement mentionné. La nouvelle demande d'affiche met davantage en évidence la ville de La Ciotat dans le texte, mais elle n'est plus présente dans la composition visuelle.



Affiche retenue : Montage photo

Les + :

Un visuel de type « réel » après une année « flat design ».

Forte mise en avant du bloc marque en haut d'affiche avec les dates et la localisation en position centrale.

Des bateaux représentatifs de l'offre du salon : le choix des visuels de bateaux, volontairement un bateau à moteur et un bateau à voile, pour représenter l'offre proposée sur le salon et attirer aussi bien des cibles intéressées par les bateaux motorisés que des voiliers.

Nous retrouvons également l'apposition d'un bandeau « 20ème anniversaire » visant à assoir la notoriété du salon qui se tient depuis 20 ans.

Le nouveau logo Métropole Aix-Marseille-Provence et sa nouvelle charte graphique est présent sur l'affiche en taille majoritaire. Nous retrouvons également, dans des proportions moins importantes et moins mise en avant, les logos de la Ville de La Ciotat, ville hôte de l'événement, de La Provence, délégataire dans le cadre de ainsi que les pictogrammes des réseau sociaux de l'événement.

Un quatrième logo « France Station Nautique » a pu être apposé sur les visuels destinés à l'affichage sur les mobiliers urbains de la Ville de La Ciotat et les arrières de bus, à la demande de cette dernière et faisant partie de la collaboration établie avec elle.

1.1.2. Le plan médias

Cf. Plan médias en annexe + Cf. Déclinaisons de visuels en annexe

L’AFFICHAGE

AFFICHAGE PRINT – 1 330 faces – Entre le 15 mars et le 21 mars 2023

- 143 faces de 8m2 à Marseille, Aix-en-Provence, Nice.
- 753 faces de 2m2 à Marseille, La Ciotat, Aix-en-Provence, Gare Aix TGV, Les Milles, Gardanne, Fuveau, Trets, Biver, Sausset les Pins, Carry le Rouet, Châteauneuf les Martigues, Port de Bouc, Aubagne, Hyères, Cannes, Toulon, Nice, Sète.
- 22 faces de 12m2 à Martigues
- 37 faces 100x83 sur les arrières de bus de Nice
- 30 faces 2m² sur le réseau de la ville de La Ciotat

AFFICHAGE DIGITAL

Nautic de Paris : du 03 au 12 décembre 2022

- Dooh Gare de Lyon Hall 2
- Dooh Paris Expo Hall 1 + Allées extérieures

Les Nauticales : Entre le 18 mars et le 26 mars 2023

- Dooh PACA à Marseille

AFFICHAGE AEROPORT

- Dooh Aéroport à Lyon et Nice, entre le 10 février et le 26 février 2023
- Dooh à l’aéroport de Marseille, entre le 18 février et le 26 février 2023

LA PRESSE

PRESSE SPÉCIALISÉE

- **8 pages dans la presse thématique spécialisée magazine entre décembre et mars :**
Voile magazine, Voiles et voiliers, YouBoat, Plongez, Pêche en mer, Moteur magazine, annonces automobiles

LA PROVENCE (toutes éditions) – 429 488 € : du 14 janvier au 27 mars

- 1 pleine page dans le journal La Provence (Remerciement)
- 7 demi-pages dans le journal La Provence (Générique)
- 8 quarts de pages dans le journal La Provence (Générique)
- 7 huitièmes de pages dans le journal La Provence (Générique)
- 7 huitièmes de pages dans le journal La Provence (Devenez exposant)
- 50 bandeaux junior dans le journal La Provence (Bouchages)
- 1 Grenier de Une dans le journal La Provence (Bouchage)
- 2 Module solo Une dans le journal La Provence (Bouchage)
- 2 Pages dans Diverto
- 5 Pages dans Version Femina
- Supplément Les Nauticales

LA RADIO

- 476 spots de 20 secondes sur les radios suivantes : Radio Star, Skyrock, Jazz Radio, M Radio, Radio Camargue, RFM et Virgin
Entre le 26 février et le 18 mars 2023

LES SITES INTERNET SPECIALISÉS

- 2 displays 300x250px sur voilesetvoiliers.fr : 900 650 impressions
- 4 display 728x90 et 300x250px sur Youboat.fr, annonces-marines.com, argusmarine.com, youboat.news
- 1 habillage sur voileetmoteur.fr
- 1 bannière sur argusdubateau.fr
- 2 banner ou huge-board sur plongez.fr

MARKETING DIGITAL

- Visibilité Campagnes Facebook Voilesetvoiliers.fr :
 - Le 26/01/2023 : 3693 utilisateurs atteints
- 5 insertions bannières sur newsletters Voilesetvoiliers, Voile magazine, et Moteur Boat
 - o Voiles et voiliers (07/12/2022)
 - 29 clics sur bannière
 - o Voiles et voiliers (28/01/2022)
 - 65 clics sur bannière
 - o Voiles et voiliers (18/02/2022)
 - 34 clics sur bannière
 - o Voiles et voiliers (04/03/2023)
 - 51 clics sur bannière
 - o Voiles et voiliers (11/03/2023)
 - 27 clics sur bannière
 - o Voile et moteurs : Bannière / Argus du bateau
 - Dates : 01/02 au 28/03
 - Nombres d'impressions : 123 063
 - Clics : 49
 - Taux de clic : 0,04%
 - o Voile et moteurs : Habillage tout univers :
 - Dates : 01/03 au 31/03
 - Nombres d'impressions : 105 594

- Clics : 1953
- Taux de clic : 1,85%
- o Plongez.fr : rapport du site
 - Dates : Février
 - Nombres de pages : 23 000
 - Visiteurs uniques : 29 000
- o Plongez.fr : rapport du site
 - Dates : Mars
 - Nombres de pages : 25 000
 - Visiteurs uniques : 30 500
- o Youboat.fr
 - Dates : 05/01 au 26/03
 - Nombres d'impressions : 508 172
 - Clics : 222
 - Taux de clic : 0,04%

LA PROVENCE DIGITAL

4 955 465 impressions au total sur la période di 15/02 au 27/03

- Pavé sur Laprovence.com - 450 921 impressions
- Megabanner sur Laprovence.com - 2 857 922 impressions
- Habillage sur Laprovence.com – 146 978 impressions
- Pavé sur l'application mobile de La Provence – 812 490 impressions
- Bannière sur l'application mobile de La Provence – 218 490 impressions
- Interstitiel sur l'application mobile de La Provence – 164 355 impressions
- 3 campagnes d'e-mailing :
 - o 1 mail a tous les abonnées de La Provence : billetterie
 - 21 154 destinataires
 - Taux d'ouverture : 17%
 - Taux de clics : 0,25%
 - o 1 mail à tous les Provençaux de La Provence :
 - 144 540 destinataires
 - Taux d'ouverture : 54%
 - Taux de clics : 11%
 - o 1 mail à tous les acheteurs billetterie en ligne : enquête de satisfaction
 - 246 destinataires
 - Taux d'ouverture : 54%
 - Taux de clics : 11%

LES RÉSEAUX SOCIAUX

La stratégie social média, après discussions avec les services métropolitains concernés, a fait état de quelques points d'amélioration comparée à l'édition 2022 :

- Compte twitter inutile
- Compte Instagram de la Métropole à taguer systématiquement
- Ne pas doubler les contenus entre comptes Métropolitains et comptes Les Nauticales.

Instagram :

1 343 abonnés

- Exploitation sur la période du 20 octobre 2022 - 30 mars 2023
- 83 publications
- 26 stories pendant l'événement

Facebook :

6k abonnés

- Exploitation sur la période du 21 novembre 2022 - 6 avril 2023
- 119 publications
- 1 story

Campagnes sponsorisées :

3 443 960 impressions

- 1 campagne LinkedIn : Devenez exposant
 - o Nombre d'impressions : 205 681
 - o Durée : 7 jours
 - o Budget : 1200€
- 1 campagnes Facebook et Instagram : Destination La Ciotat
 - o Nombre d'impressions : 2 218 656
 - o Durée : 21 jours (Février S7/S8/S9)
 - o Budget : 3200€
- 1 campagnes Facebook et Instagram : Rendez-vous aux Nauticales
 - o Nombre d'impressions : 1 019 623
 - o Durée : 14 jours (Mars S10/S11)
 - o Budget : 1600€

SITE INTERNET OFFICIEL : WWW.LESNAUTICALES.FR

Pour l'édition 2023, le site portait plusieurs objectifs :

1. Informer visiteurs, exposants et presse
 - Introduire la nouvelle édition, son positionnement, ses ambitions
 - Alimenter l'espace presse
2. Attirer de nouveaux exposants
 - Formulaire de contact dédié
 - Mise en ligne de l'actualité du salon
 - Mise en avant des avantages à devenir exposant et partenaire
 - Mise en ligne d'un annuaire des exposants, des partenaires et des marques présentes

3. Capter les visiteurs captifs et « promeneurs »

- Promotion du salon et ses contenus
- Présentation du programme du salon avec conférences et temps forts journaliers
- Billetterie en ligne

1.1.3. Les actions hors médias & marketing

Un plan d'actions hors médias a également été mis en place avec différents moyens pour optimiser la communication en amont, pendant et après le salon.

- Présence d'un stand Les Nauticales au salon Nautic de Paris en décembre 2023. Mises en place d'un stand aux couleurs des Nauticales 2023. L'identité visuelle a d'ailleurs pu être présentée lors de ce salon et a permis aux équipes du délégataire de se faire connaître et nouer les premiers contacts auprès des acteurs du nautisme habitue du salon
- Habillage du Totem à la sortie de l'A50 sur le rond-point de l'émergence : Visuel du Salon sur une bâche de 15 mètres de haut
- Tunnel Prado Carénage. Afin de bénéficier d'une visibilité dans le tunnel du Prado, une convention d'échange La Provence a été dressée comprenant la mise en place d'affichage du 1 au 30 mars 2023 sur le panneau digital lumineux à la sortie du tunnel.
- Mise en place d'une opération de communication et d'une offre commerciale auprès des abonnées du journal La Provence. (Une place achetée, une place offerte)
- Courriers vers les capitaineries adresses signes par le régisseur Mer pour l'accueil temporaire des bateaux pendant le salon
- Réalisation d'outils d'aide à la commercialisation :
 - Kit de commercialisation
 - Page produit Salon Les Nauticales
 - Page produit Supplément Les Nauticales
 - Page produits dérivés Les Nauticales
 - Vidéo Supplément Les Nauticales 2023
 - Vidéo Produits complémentaires
 - Newsletters prospection commerciale
 - Newsletter Invitation soirée exposants
 - Newsletter annulation soirée exposants (pénurie carburant)
 - Post LinkedIn
 - Newsletter Exposants Offres promotionnelles
 - Newsletter Exposants Guide de l'exposant
 - Newsletter Exposants Kit de communication
 - ...

1.1.4. Les relations presse

Les relations presse étaient gérées par le délégataire La Provence.

Sophie Claudon était l'attachée de presse du salon Les Nauticales 2023, le délégataire a sous-traité cette partie afin de s'appuyer sur l'expertise du nautisme et les compétences de celle-ci dans les relations presse.

La mission étant de relayer les informations relatives à l'événement et de valoriser la notoriété et la visibilité de l'événement et de son organisateur auprès des médias.

Pour cela plusieurs moyens ont été mis en place : invitations, conférence de presse, communiqués de presse, dossier de presse, partenariats, coordination d'un plateau d'athlètes du Pôle France pour la conférence de présentation au salon le Nautic à Paris, présence à la soirée FFV / le Marin de l'année à l'Olympia le vendredi 2 juin / relations publiques.

Voici ci-dessous le détail des actions et réalisations faites en partie par le service de presse du délégataire et l'attachée de presse officielle Sophie Claudon.

ACCREDITATIONS PRESSE

Un dispositif d'accréditation a pu être mis en place sur le site officiel de l'événement.

De nombreux médias ont pu être accrédités :

- La Provence
- France 3
- M6
- BFM TV
- BFM Marseille
- France INFO
- France 3 Provence
- France Télévision
- La Marseillaise
- Moteur boat
- Multihulls world & multicoques mag
- Var TV 83
- Mistral media
- TVF sud
- Heroes media & boat
- Actunautique yachting
- Bateaux.com
- Peche.com
- Le Faucigny

ESPACE VIP EXPOSANTS ET SALLE DE PRESSE

Un espace de presse dédié aux journalistes et rédacteurs était installé au cœur du salon afin de leur permettre de produire leur contenu aisément. L'attachée de presse Sophie Claudon recevait chaque jour les journalistes pour leur transmettre infos et dossier de presse à leur demande, puis les guidait dans l'espace qui leur était dédié.

Cet espace, d'une dimension de 100m² + 30m² de terrasse était équipé de bureaux, chaises, connexion internet, prises électriques, canapé, accueil avec hôtesse : petits déjeuners tous les matins, café, jus de fruits, fontaine à eau, etc. à disposition à tout moment de la journée.

PHOTOGRAPHE OFFICIEL DE L'EVENEMENT

Yohan Brandt était le photographe officiel du salon.

Toutes les photos peuvent être utilisées avec la mention suivante :

© Yohan Brandt / Les Nauticales

Les droits des photos sont cédés pour toutes illustrations tous supports de communications sauf revente et usage commercial, direct ou indirect, pour une durée de 10 ans. Toutes autres utilisations et reproductions devront faire l'objet d'une autorisation préalable. Signature obligatoire sur chaque diffusion.

INVITATIONS PRESSE

Plusieurs invitations ont été adressées par l'attachée de presse Sophie Claudon via DATAPRESS et par mail, à l'occasion de différents temps forts en amont du salon.

- Invitation en 1to 1 au point presse sur le Salon le Nautic à Paris
- Invitation à l'inauguration du salon Les Nauticales (envoi le 13 mars)

COMMUNIQUÉS DE PRESSE

LISTES DE DIFF en annexe

- Réalisation et diffusion de deux communiqués de presse (diffusés via Datapress + mis en ligne sur le site internet des Nauticales, rubrique « Espace presse » :
 - **5 décembre 2022 : Les Nauticales présents au Nautique de Paris**
LES NAUTICALES seront bien de retour au cœur de la baie de la Ciotat du 18 au 26 mars prochain
 - **16 décembre 2022 : LES NAUTICALES de retour à la Ciotat du 18 au 26 mars prochain.**
 - **15 février 2023 : annonce du parrain d'exception**
La 20ème édition des Nauticales lance le compte à rebours des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 et des épreuves de voiles !
 - **8 mars 2023 : J-10 Salon LES NAUTICALES à LA CIOTAT - 18 > 26 mars**
 - **13 mars 2023 : Salon LES NAUTICALES - INAUGURATION CE SAMEDI**
 - **3 avril 2023 : Les Nauticales - 20ème édition - 25 000 visiteurs réunis autour de l'innovation !**

DOSSIERS DE PRESSE

Réalisation et diffusion d'un dossier de presse diffusés sur place via un QR code + mis en ligne sur le site internet des Nauticales et distribué aux médias présents

CONFÉRENCES DE PRESSE

1 points presse à Paris sur le stand les Nauticales au salon le Nautic, en présence des athlètes du Pôle France Voile Marseille

3 journalistes présents : La Provence + Voiles et Voiliers + Radio classique.

Rencontres informelles avec des journalistes présents sur le salon.

Conférence d'ouverture Les Nauticales.

Médias présents : France Bleue Provence (émission fil rouge), BFM TV (émission fil rouge), La Provence, Radio Sainte Baume,

Inauguration et prise de parole le jour de l'ouverture du salon.

Revue de presse

Accès à l'ensemble des coupure presse et couverture média TV et radio :

<https://www.dropbox.com/scl/fo/xow39h3qhdreeg3xc8nf9/h?rlkey=94ihtsml8a81inpn2xm601gmo&dl=0>

1.1.5. Les partenariats médias

Il apparaît comme évident d'exploiter les organes de presse spécialisée pour annoncer le retour de l'événement après deux d'absence, augmenter la notoriété et la visibilité du salon. Des partenariats presse ont donc pu être développés avec différentes typologies de médias.

BFM MARSEILLE

Dispositif promotionnel :

Editorial – Digital :

- Partage des relais antenne sur BFMTV.com - 1er site d'actualité sur mobile - 152 millions de visites mensuelles
- Partage des reportages sur les réseaux sociaux de BFM Marseille Provence
- Article d'annonce de la programmation sur les réseaux sociaux de BFM Marseille Provence et sur BFMTV.com

Promotionnel – Antenne :

- Rotation de l'événement dans l'Agenda Culturel de BFM Marseille Provence - Plus de 15 diffusions par jour. Diffusion sur les semaines 11 et 12. Visibilité exceptionnelle forte

Promotionnel – Digital :

- Diffusion d'un article promotionnel sur BFMTV.com - 1er site d'actualité sur mobile
- Organisation Jeu-concours : "Vos places pour les Nauticales + Sortie Bateau Nicolas Rouger"
- Relai du jeu concours sur les réseaux sociaux de BFM Marseille Provence

Dispositif éditorial :

Avant l'événement :

- Invitation en plateau d'un représentant de la métropole pour présenter les Nauticales
- Avant-sujet, quelques jours avant

Pendant l'événement :

- Reportage le jour de l'ouverture
- 3 émissions de 15 minutes sur 3 dates à définir
- En fonction des dates, l'émission sera en direct ou dans les conditions du direct, en léger différé (le weekend le direct est plus compliqué)
- Séquences redécoupées sur nos réseaux sociaux, site et appli

En échange :

- Visibilité du logo BFM Marseille Provence sur l'affichage, insertions presse, flyers, programme, site Internet
- Espaces accordées à BFM Marseille Provence pour mettre en place une signalétique sur le lieu de l'évènement : banderoles, oriflammes...
- Possibilité d'encart promotionnel en print dans le hors-série de La Provence
- Contenu éditorial sur la présentation de notre dispositif dans le hors-série de La Provence
- Diffusion de spots promotionnels dans les écrans de l'évènement
- Quotas de places VIP et en floating

FRANCE BLEUE PROVENCE

France Bleu Provence s'engage :

- A mettre en valeur la manifestation dans les programmes de France Bleu Provence, sous forme d'annonces et/ou d'interviewes. Les annonces seront faites sur l'antenne en aléatoire à partir de début mars 2023 et tout au long de la semaine qui précèdera la manifestation et jusqu'au 26 Mars 2023
- La manifestation sera labélisée « Événement France Bleu Provence » par les animateurs lors des annonces et des interviews.
- Nous organiserons 3 interventions par téléphone d'une durée de 2 à 3 minutes.

Les chroniques concernées seront :

- o « Stade Bleu Provence » le 12 mars à 18h16
- o « Interview » de Madame le maire
- o « Ça bouge en Provence » le 18 mars à 11h07
- « Lundi à 11h10 » jeu de la semaine (pour présenter la dotation et parler de l'évènement)
- Pastilles Les Nauticales en diffusion du 18 au 26 mars
- À annoncer la manifestation sur le site internet de France Bleu Provence et les réseaux sociaux
- À organiser des jeux sur l'antenne de France Bleu Provence pour offrir les dotations mises à disposition par le partenaire : 25x4 invitations à offrir en aléatoire sur l'antenne
- À fournir une bande son d'une durée de 4 heures avec des jingles France Bleu Provence pour diffusion sur le Salon / hors droits
- À mettre en animateur à disposition sur une journée du salon pour faire des points réguliers sur l'antenne de France Bleu Provence
- À créer un visuel France Bleu Provence en direct du Salon Nautique Les Nauticales

Les Nauticales s'engagent :

- À apposer le logo France Bleu Provence sur tous les supports de communication mis en place autour de l'événement.
- À poser de la signalétique sur les lieux de la manifestation.
- À faire apparaître France Bleu Provence sur votre site internet et les réseaux sociaux comme partenaire en apposant le logo de France Bleu Provence
- À mettre à la disposition des auditeurs de France Bleu Provence 25x4 invitations pour les Nauticales
- À mettre à la disposition de France Bleu Provence les informations nécessaires à la réalisation des pastilles Les Nauticales
- À diffuser la bande son mise à disposition par France Bleu Provence et à prendre en charge les frais/droits SACEM

VOILE MAGAZINE

Mise en place d'une convention d'échange publicitaire avec une remise tarifaire sur l'achat d'espace publicitaire et d'une couverture éditoriale en contrepartie de visibilité sur les communications de l'événement.

YOUBOAT

Mise en place d'une convention d'échange publicitaire avec une remise tarifaire sur l'achat d'espace publicitaire et d'une couverture éditoriale en contrepartie de visibilité sur les communications de l'événement.

PLONGEE MAGAZINE

Mise en place d'une convention d'échange publicitaire avec une remise tarifaire sur l'achat d'espace publicitaire et d'une couverture éditoriale en contrepartie de visibilité sur les communications de l'événement.

VOILES ET VOILIERS – OUEST FRANCE

Mise en place d'une convention d'échange publicitaire avec une remise tarifaire sur l'achat d'espace publicitaire et d'une couverture éditoriale en contrepartie de visibilité sur les communications de l'événement.

1.2. La commercialisation et les partenariats

COMMERCIALISATION (cf. liste des exposants en annexe)

1.2.1. Les ventes 2023

CA Exposants : **414 793,00 €** vs 396 699,00 € en 2022

CA Association : **2 800,00 €** vs 2 100,00 € en 2022

CA Restauration : **32 753,00 €** vs 34 427,00 € en 2022

CA Partenariats : **31 150,00 €** vs 41 500,00 € en 2022

CA Billetterie : **45653 €** vs 49 045,00 € en 2022

CA TOTAL hors billetterie : 481 496,00 € vs 474 726,00 € en 2022

CA TOTAL avec billetterie : 527 149,00 € vs 523 771,00 € en 2022

Hausse de la recette exposants pour le nouveau délégataire pour cette deuxième édition. Le délégataire appréhende mieux le secteur et connaît mieux les clients et le marché. A noter que le marché reste tendu suite au covid mais également dû au fait que la consommation des populations françaises en termes de plaisirs nautiques (nouveaux usages, location) a évolué. Encore de nombreux exposants habitués de l'évènement se plaignent de la durée trop longue et donc trop onéreuse en coût de fonctionnement de ce salon.

1.2.2. Les exposants 2023

81 exposants en 2023 vs 92 exposants en 2022

- **60% d'exposants bateaux**
- **35% d'exposants nautisme hors bateaux** (services, équipements, sport de glisse...)
- **5% d'exposants divers** (associations)

On constate une diminution du nombre d'exposant par rapport à 2022. Cela s'explique par les difficultés des « petits » exposants (moteur, accastillage, techniques, ...) à financer leur présence sur le salon. Nous pouvons remarquer une augmentation du pourcentage des exposants bateau par rapport à 2022, essentiellement en provenance du département des Bouches-du-Rhône.

1.2.3. Chiffre d'affaires exposants

STANDS	FACTURATION 2023	OBJECTIFS 2023
A flot	105 215 €	87 550 €
A terre	197 842 €	190 550 €
Stands couverts	111 736 €	149 350 €
Restauration	32 753 €	36 050 €
Associations	2 800 €	3 000 €
Partenariats	31 150€	46 350 €
TOTAL CA	474 726 €	621 000€

Sur ce tableau, les sommes ont été tronquées. Les montants exacts sont indiqués dans le bilan financier fournis en annexe.

1.2.4. Les Partenariats 2023

Au-delà des partenariats médias, Les Nauticales 2023 ont compté les partenariats suivants :

PARTENARIATS FINANCIERS

- GL EVENT (15 000€ HT)
Associer le logo sur toute la com presse à venir et sur le site internet de l'événement
Visibilité de la marque ONET sur Site (banderoles, oriflammes)
Une ½ page dans le supplément des Nauticales, intégrer dans la diffusion de La Provence le 18/03 et distribué à 5000 ex sur le site
Une centaine d'invitations pour le salon (e-billet)
- GROUPE ONET (7000 € HT)
Associer le logo sur toute la com presse à venir et sur le site internet de l'événement
Visibilité de la marque ONET sur Site (banderoles, oriflammes)
Une ½ page dans le supplément des Nauticales, intégrer dans la diffusion de La Provence le 18/03 et distribué à 5000 ex sur le site
Une centaine d'invitations pour le salon (e-billet)
- VOLVO Marseille (8000 € HT)
Stand avec deux véhicules et une tente et visibilité marque style oriflamme
Apposition du logo Volvo Marseille sur les communications de l'événement (journal, affiche, digital, panneau, carré VIP)

PARTENARIATS EN ECHANGE MARCHANDISES

- **LXH (5 000 € HT)**
Fourniture de 50 casquettes en échange d'un stand 3X3 et de visibilité du logo
- **MOXY (450 € HT)**
Dotation 3 nuitées d'hôtel au Moxy La Ciotat attribuée lors de jeux concours dédiés aux Nauticales en échange de visibilité sur la communication de l'événement.
- **HÔTEL ROSE THÉ (4 091€ HT)**
Dotation nuitées (attribuées à certains prestataires) en échange d'encarts publicitaires dans le journal et supplément
- **CGR**
Dotation de 30 places de cinéma (valeur unitaire 17€) en échange de la mise à disposition d'une tente 3x3 lors de l'événement
- **I LOVE MY COMM**
Remise sur une prestation goodies en contrepartie d'une visibilité dans la rubrique partenaires du site officiel lesnauticales.fr.

PARTENARIATS NON VALORISÉS

- **HENRI BLANC**
Mise à disposition de quatre machines à café + capsules, gobelets, sucre, touillettes en échange de visibilité sur la communication de l'événement
- **SEM**
Mise à disposition de fontaine a eau en échange de visibilité sur l'événement

1.2.4. Mise en place de la commercialisation

Pour cette deuxième édition organisée par le Groupe la Provence, l'activité commerciale a débuté lors du Nautic Paris en décembre 2022.

La commercialisation des espaces d'exposition a été assurée par une commerciale dédiée encadrée par le responsable de l'événement et le commissaire général du salon.

1.2.5. Les exposants à flot et à terre

La configuration du salon s'est opérée sur 1 entrée avec un sens de circulation repensé permettant aux visiteurs de découvrir l'ensemble du salon en déambulation.

LES BATEAUX A FLOT

110 bateaux commerciaux ont été présentés en public en 2023 (85 neufs et 25 occasions)

81 bateaux en 2022, 117 bateaux en 2019, 104 bateaux en 2018.

C'est donc 35% de bateaux en plus proposé sur l'édition 2023 par rapport à 2022, c'est aussi le résultat d'une offre adaptée et d'une édition 2022 réussie. Les exposants Nautiques souhaitent eux aussi apporter une offre plus quantitative mais aussi qualitative avec la présentation de grosses unités.

Cependant, nous rencontrons toujours les mêmes difficultés à intégrer des unités à fort tirant d'eau même en bout de panne.

La présence de représentants de marques hors zone est également un frein en raison de contrats d'exclusivité ne permettant pas à un revendeur hors secteur géographique accrédité, d'exposer au nom du local, y compris lorsque ce représentant local ne souhaite pas participer.

Quelques difficultés rencontrées également par rapport à l'accueil d'unités possédant un fort tirant d'eau.

Le village de l'occasion a repris ses quartiers sur la totalité du quai des Capucins. Comme l'année passée, cet espace a été négocié dans le cadre d'un partenariat avec un seul prestataire qui a équipé l'intégralité du quai.

LES BATEAUX A TERRE

L'exposition de bateaux à terre est en développement par rapport à l'édition 2022 avec 97 bateaux présentés.

LES STANDS SOUS HALL

Pour cette année 2023, nous avons fait évoluer la configuration de la précédente édition. Le Hall équipement, véritablement point d'intérêt des visiteurs, était incontournable du au nouveau sens de circulation, nous avons écouté les demandes des exposants. Cependant, les difficultés de commercialisation de cet espace se sont confirmées avec une diminution des exposants présents. Cette année encore, Les associations ont cette année trouvé leur place dans ce hall.

Une réflexion d'agencement et de création d'espace thématique (produits de la mer) sera proposée sur la prochaine édition

Le hall services anciennement sur le quai nord du bassin des capucins a été supprimé, les exposants de cette catégorie ont été ventilé sur le salon dont la plupart dans l'allée principale à l'entrée.

A noter :

Comme en 2022, la durée du salon de 9 jours continue de bloquer la venue des équipementiers et des marques en direct, en raison des coûts de fonctionnement à supporter (difficulté de mobiliser des équipes deux week-end, doublage obligatoire des effectifs dû à la réglementation du temps de travail, et considérée comme non justifiée par rapport au taux de fréquentation et au rapport coût/contact.) Ces constats ont globalement entraîné une baisse des surfaces d'exposition en 2023 des Halls Équipements et Services et une réduction du nombre d'associations présentes.

Les produits présentés sous stands couverts :

- Accastillage
- Assurance
- Organisme de financement
- Nettoyage
- Tourisme, voyage
- Location de bateaux
- Moteurs marins
- Voileries
- Matériel électronique
- Aménagement de ponton
- Accessoires de pêche, etc...

Cette année ce sont 4 associations qui ont pu être accueillies :

- LES LUMIERES DE L'EXPLOITATION
- FNPSA
- SEA SHEPHERD
- ARFPPMA PACA

A noter : une réflexion doit être réalisée pour les prochaines éditions pour repenser leur présence, leur emplacement et permettre leur valeur ajoutée aux Nauticales.

1.2.6. Liste des bateaux présentés à flot au Nauticales 2023

EXPOSANT	CATEGORIE	MODELE	MARQUE	PAYS	LONGUEUR
BENETEAU	Monocoque	OCEANIS 30.1	BENETEAU	Pologne	8,99
BENETEAU	Monocoque	OCEANIS 34.1	BENETEAU	France	9,96
BENETEAU	Monocoque	OCEANIS 40.1	BENETEAU	France	11,94
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	GRAN TURISMO 32	BENETEAU	Pologne	2,63
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	GRAN TURISMO 36	BENETEAU	Pologne	11,28
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	SWIFT TRAWLER 41	BENETEAU	France	12,52
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	ANTARES 8	BENETEAU	Pologne	6,98
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	ANTARES 9	BENETEAU	Pologne	7,48
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	ANTARES 11	BENETEAU	Pologne	4,4
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	FLYER 8 SUN	BENETEAU	Pologne	6,96
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	FLYER 9 SUN	BENETEAU	Pologne	8
BENETEAU	Vedettes/Pêche - Promenade	WELLCRAFT V355	WELLCRAFT	Pologne	10,7
EUROTRADE	Vedettes/Pêche - Promenade	7,5	LIBECCIO	Italie	6,99
EUROTRADE	Vedettes/Pêche - Promenade	8,5 WA	LIBECCIO	Italie	7,5
EUROTRADE	Vedettes/Pêche - Promenade	6,5 SPORT	LIBECCIO	Italie	7,5
EURO-VOILES	Multicoque	42	LAGOON	France	12,5
FISHINX	Monocoque	OKIS	EDGEWATER	USA	6,56
LB YACHTING	Monocoque	SP 40 OPEN	SOLARIS POWER	Italie	10,62
LB YACHTING	Monocoque	LASAI GL	LASAI	Espagne	5,96
MEDITERRANNEAN RIDERS	Monocoque	SALONA YACHT	AD BOAT	Croatie	11,6
MEDYACHT	Pneumatique et semi-rigides	SEA WATER 25	SEA WATER	Italie	7
MEDYACHT	Vedettes/Pêche - Promenade	MED42	MEDYACHT	France	13
MIDI NAUTISME	Monocoque	D32	DUFOUR	France	9,36
MIDI NAUTISME	Monocoque	D430	DUFOUR	France	11
MIDI NAUTISME	Monocoque	D470	DUFOUR	France	13,99
MIDI NAUTISME	Catamarans à moteur	MY4S	FONTAINE PAJOT	France	11
MIDI NAUTISME	Multicoque	ELBA45	FONTAINE PAJOT	France	13,45
MIDI NAUTISME	Vedettes/Pêche - Promenade	RHEA 23	RHEA	France	6,5
MIDI NAUTISME	Vedettes/Pêche - Promenade	RHEA 730	RHEA	France	7,3

MIDI NAUTISME	Monocoque	TOFINON 97	TOFINON	France	9,7
MIDI NAUTISME	Vedettes/Pêche - Promenade	RHEA 29	RHEA	France	7,52
MIDI NAUTISME	Monocoque	WAUQUIEZ 48	WAUQUIEZ	France	12,75
MIDI NAUTISME	Monocoque	D37	DUFOUR	France	9,99
OZO ENERGIES	Vedettes/Pêche - Promenade	MERCEDES	RUOPOLO	France	5,8
PHOCEA YACHTING	Monocoque	C38	BAVARIA YACHTS	Allemagne	11
PHOCEA YACHTING	Monocoque	C42	BAVARIA YACHTS	Allemagne	11,99
PHOCEA YACHTING	Multicoque	44 OPEN	NAUTITECH	France	13,3
PORT D'HIVER YACHTING	Vedettes/Pêche - Promenade	PARDO 38	PARDO	Italie	11,9
PORT D'HIVER YACHTING	Vedettes/Pêche - Promenade	ESCAPE 30	RAND	Danemark	9,95
PORT D'HIVER YACHTING	Vedettes/Pêche - Promenade	SPIRIT 25	RAND	Danemark	7,44
PORT D'HIVER YACHTING	Pneumatique et semi-rigides	ALTORE 900	FANALE	France	9
PORT D'HIVER YACHTING	Vedettes/Pêche - Promenade	SOURCE 22	RAND	Danemark	6,7
RIDING WATT	Vedettes/Pêche - Promenade	EELEX	X SHORE	Suède	8
RIDING WATT	Vedettes/Pêche - Promenade	X SHORE 1	X SHORE	Suède	6,5
SAS ESPRIT MER	Catamarans à moteur	EXCESS 11	EXCESS CATAMARAN	France	11,42
SERVAUX YACHTING	Monocoque	FJORD 41 XL	FJORD	Allemagne	12,15
SERVAUX YACHTING	Monocoque	SEALINE 5335	SEALINE	Allemagne	9,99
SERVAUX YACHTING	Monocoque	RYCK 280	RYCK YACHT	Autriche	8,8
SOLEIL BLEU MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	APREA 12	ARPEA FRATELLI	Italie	10,9
SOLEIL BLEU MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	AVANTGARDE 11	SALPA	Italie	9,95
SOLEIL BLEU MEDITERRANEE	Pneumatique et semi-rigides	SOLEIL 28	SALPA	Italie	7,99
SOLEIL BLEU MEDITERRANEE	Pneumatique et semi-rigides	SOLEIL 26	SALPA	Italie	7,45
SUD PLAISANCE	Vedettes/Pêche - Promenade	KEY LARGO 38	SESSA MARINE	Italie	9,9
SUD PLAISANCE	Vedettes/Pêche - Promenade	SEAWALKER 35	FIART MARE	Italie	11,1
SUD PLAISANCE	Vedettes/Pêche - Promenade	CANDELA C8	CANDELA	Suède	8,5
SUD PLAISANCE	Vedettes/Pêche - Promenade	280CC	WHITE SHARK	France	8,75
SYS	Monocoque	D34	DEHLER	Allemagne	10,3

SYS	Monocoque	D38 SQ	DEHLER	Allemagne	11,3
SYS	Monocoque	H418	HENSE	Allemagne	12,4
TI-COYO	Monocoque	CAPE COD 767	ROSEWEST	France	7,67
YACHT MEDITERRANEE	Monocoque	50410	JEANNEAU	France	7,98
YACHT MEDITERRANEE	Monocoque	50380	JEANNEAU	France	7,98
YACHT MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	MF 795	JEANNEAU	France	6,97
YACHT MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	MF 12,95	JEANNEAU	France	6,45
YACHT MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	MF 8,45 S	JEANNEAU	France	5,51
YACHT MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	MF 8,45 C	JEANNEAU	France	7,96
YACHT MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	MF 7,955	JEANNEAU	France	9,32
YACHT MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	MF 7950	JEANNEAU	France	8,9
YACHT MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	CC10,5 CC	JEANNEAU	France	9,32
YACHT MEDITERRANEE	Vedettes/Pêche - Promenade	CC 9,0 WA	JEANNEAU	France	7,96
ZE BOAT	Monocoque	RIO 34	RIO	Italie	10,8
ZE BOAT	Monocoque	PARKER 800	PARKER	Pologne	8
ZE BOAT	Monocoque	PARKER 720	PARKER	Pologne	7,2

1.2.7. Les restaurants

La dernière édition des Nauticales a vu son offre restauration élargie notamment avec des produits de la mer coquillages et crustacés de qualité.

Trois zones de restauration réparties dans le Salon de manière équitable.

1. Restaurant le Barbeuq:

Situé à proximité de la capitainerie et au début du quai Nord.

Spécialiste des foires et salons ce restaurant brasserie présent depuis de nombreuses années aux Nauticales propose une carte, composée d'assiette de la mer et d'une variété de grillades. Pour un ticket moyen de 30€ par personne.

2. Le village des Food Truck :

Situé sur le quai petite grue 4 Food Trucks et un triporteur proposaient aux visiteurs spécialités italiennes, burgers, pâtes fraîches et salades, glaces artisanales.

Very Good Truck.

Le Cagibi à Nine.

Gigi cuisine du Sud.

Monsieur Bob.

La Mignonne.

Pour compléter cette offre et pour permettre aux visiteurs de pouvoir déguster tous ces produits dans des conditions confortables, un espace couvert équipé de tables et bancs a été installé à proximité.

A côté de l'espace VIP et face aux Food Trucks, Un restaurant de coquillages et de crustacés Pierrot Coquillages célèbre écailler marseillais qui a régalié les amateurs de fruits de mer.

3. La Halle Gourmande les Flots bleus

À proximité du Salon tout en restant indépendante de l'organisation, mais bénéficiant d'un accès direct pour les visiteurs.

La halle propose plusieurs types de restauration de la Brasserie traditionnelle aux spécialités italiennes, libanaises, burgers, crêperies, bar à vins et pour compléter un restaurant à poissons de grande qualité.

Pour assurer aux visiteurs un gage de qualité et être en conformité en matière d'hygiène et de sécurité le délégataire s'attache à vérifier auprès des restaurateurs leurs capacités à respecter la réglementation et leurs expériences des grands événements.

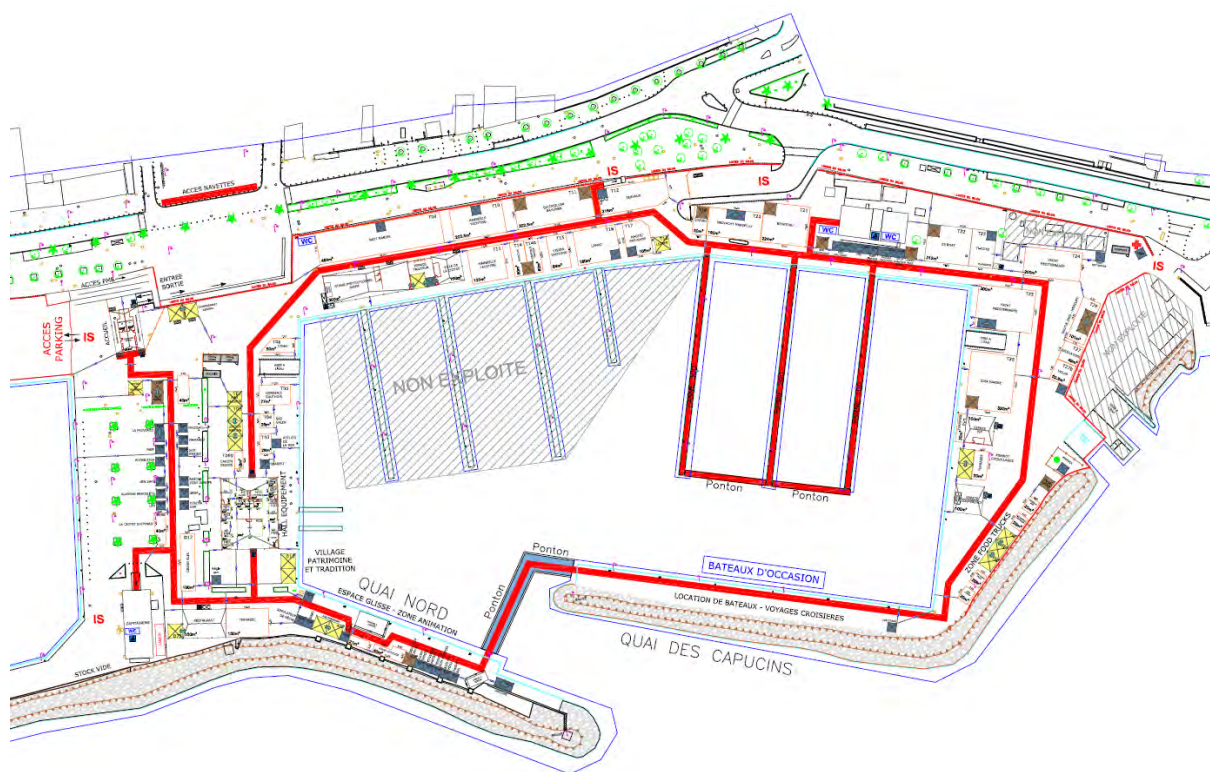
1.3. Les aménagements et l'exploitation du salon

Les Nauticales 2023 ont occupé la zone d'accès à la capitainerie côté bassin Bérourard et la totalité des quais et des terre-pleins autour du bassin des Capucins, ainsi que les pannes 100, 200 et 300.

Ce qu'il faut noter sur les aménagements du salon Les Nauticales en 2023 :

- L'accueil du salon se faisait au bas des escaliers dans une structure de 150m². Il disposait d'une entrée VIP/INVITATIONS et d'une entrée BILLETTERIE.
- L'espace institutionnel Métropole Aix-Marseille-Provence était positionné au niveau des pannes 700 et disposé d'une structure de 300m² dont 100m² de village des innovations, ainsi qu'un espace traiteur de 16m² et un emplacement jouxtant leur stand pour garer les véhicules des traiteurs, de la moquette a également été rajoutée côté quai afin de pouvoir bénéficier d'une terrasse. La Ville de la Ciotat se trouvait à côté avec un espace de 100m² et un accès à l'espace traiteur, soit une surface de 400 m² d'exposition globale + 1 tente de 9m² et 1 tente de 16 m² pour la zone traiteur. Un espace conférences a été aménagé dans le stand de la métropole avec une scène, des écrans de retour et du mobilier. Un planning a été fourni par la métropole pour le changement de disposition du mobilier qui évoluait tous les jours. Une équipe était dédiée pour toute l'exploitation du salon pour effectuer ces changements. La Provence s'est occupée de mettre en place le mobilier, la sonorisation, la vidéo et la signalétique sur le stand de la Métropole.
- L'espace Conférences se situait à droite du quai des Capucins. Il pouvait accueillir 60 places assises et était équipé de manière à pouvoir accueillir les conférenciers sur une scène de 4*2m avec 1 canapé, deux fauteuils et une table basse, un écran pour diffusion des médias, une sonorisation avec 3 micros HF, un ordinateur, une mise en lumière et une régie vidéo avec une personne présente durant la totalité du salon.
- Espace Bateaux d'Occasion sur la totalité du quai des Capucins.

- L'espace animation se situait au niveau du quai Nord avec plusieurs pagodes de 9m² pour les entreprises participant aux différentes animations du salon. On y trouvait également une piscine de 6*11m pour les tests de plongée, un simulateur de surf, et des bassins tactiles.
 - L'espace VIP se situait côté Hall des Flots Bleus pour une superficie de 100m² + une terrasse de 30m², l'espace était équipé de Wifi, d'une fontaine à eau, de deux machines à café et d'une quarantaine d'assises.
 - La structure du Hall Equipements & Services avait une superficie de 500m².
 - Deux emplacements Restauration ont été mis en place : une offre côté Bérourard avec un restaurant et une offre côté Halle Gourmande des Flots Bleus avec quatre Food Trucks permettant de proposer de la vente à emporter et de ventiler l'offre disponible sur le salon. L'accès à la Halle Gourmande des Flots Bleus était également possible sur présentation d'un badge pour les exposants ou du billet d'entrée pour les visiteurs.
 - A flot : occupation des Pannes 100, 200 et 300, du Quai des Capucins, du Quai Nord et de l'espace Petite Grue.
- La surface totale utilisée était de 25 000 mètres carrés.



Quelques chiffres à noter :

- La surface totale du salon est de 25 000 m²
- Garden 3x3 : 43 soit 387 m²
- Garden 3x3 type Bureau : 7 soit 63 m²
- Garden 4x4 : 13 soit 208 m²
- Garden 4x4 type Bureau : 2 soit 32 m²
- Garden 5x5 : 11 soit 275 m²
- Total Garden : 76 soit 965 m²
- Ponton privatif de 15m² à flot : 2 soit 30m²
- Stand nu : 4081 m²
- 2 Gardens 5x5 pour le Commissariat Général et l'espace presse
- Structure 10x15 pour l'accueil
- Structure 10x30 pour l'espace Métropole Aix-Marseille-Provence
- Structure 10x10 pour l'espace Ville de La Ciotat
- Structure 10x10 pour l'espace conférences
- Structure 10x10 pour l'espace VIP
- Structure 20x25 pour le hall « Équipements et Services »
- Structure 15x10 pour le restaurant la Taverne
- 3 Gardens 5x5 pour l'espace Food Truck

A terre

Surface à terre : 20 000 mètres carrés. Elle a nécessité :

- Barrière le 06 mars pour fermeture d'une partie du parking public de La Tasse le 06 mars
- Le déplacement du matériel des clubs et associations nautiques sur place
- l'installation de 700 mètres linéaires de barrières Héras pour sécuriser le site.

A noter que cette année, comme les années précédentes, la base nautique a été intégrée au site, ce qui lui a permis de ne pas fermer durant le montage, l'exploitation et le démontage du salon. Elle est même partie prenante dans la vie du salon.

1.3.1. Libération du site

Le site a été mis à disposition le 01/03/2023 et rendu le 01/04/2023

A FLOT :

Cf. tableau de ventilation des bateaux déplacés en annexe

Surfaces à flot :

Pour accueillir les bateaux exposés à flot, il a été nécessaire de déplacer 242 bateaux du bassin des Capucins. Ces bateaux ont été convoyés dans les ports suivants :

- Bassin des Capucins : 20 bateaux
- Bassin Berouard : 23 bateaux
- Vieux Port La Ciotat : 69 bateaux
- Saint Jean : 3 bateaux
- Saint Cyr Les Lecques : 21 bateaux
- Cassis : 2 bateaux
- Sanary/Mer : 5 bateaux
- Les Embiez : 9 bateaux
- Marseille : 1 bateau
- Bandol : 72 bateaux

A TERRE

Surface à terre : 20 000 mètres carrés

Elle a nécessité :

- la mise en place d'une barrière le 07 mars pour fermeture d'une partie du parking public de La Tasse le 07 mars
- le déplacement du matériel nautiques sur place,
- l'installation de mètres linéaires de barrières Héras pour sécuriser le site.

A noter que cette année, comme les années précédentes, la base nautique a été intégrée au site, ce qui lui a permis de ne pas fermer durant le montage, l'exploitation et le démontage du salon. Elle est même partie prenante dans la vie du salon.

1.3.2. Aménagements généraux

Que peut-on souligner ?

- Un travail permanent sur le traçage des allées afin de faciliter les accès des secours mais aussi la visibilité des stands
- La mise en place d'un système ergonomique de liaison reliant les pannes 100, 200 et 300

Mise en place de la panne transversale permettant une meilleure circulation sur les espaces de présentation et améliorant de fait, la qualité de la visite à flot et la sécurité des visiteurs. Maintien de la panne mobile qui permet aux visiteurs de traverser en toute sécurité l'entrée du bassin des Capucins sans pour autant gêner les sorties en mer des exposants. Présence d'une personne tous les jours pour activer et respecter les heures d'ouverture.

- Une tente d'entrée de 150 mètres carrés dans laquelle est intégré la billetterie, l'accueil VIP et presse, une zone de stockage et de travail (bureau comptabilité et gestion des entrées...).
- Deux pagodes de 16m² située après le contrôle des entrées pour l'accueil des exposants, le commissariat général, et l'espace presse.
- Présence d'un bassin de 11 mètres de long par 6 mètres de large au Village des animations. A noter que ce bassin a été rempli d'eau de mer, et non d'eau douce. Il est principalement utilisé pour les baptêmes de plongée. Une vague de surf artificielle a également été mise en place pour les plus jeunes comme les grands.
- La Structure accueil était placée en bas des escaliers et était habillée de l'affiche du salon sur toute la longueur, soit 15m de long.
- L'entrée du salon était marqué par une arche 4m x 3m50 au couleur de l'évènement sur la place du Saut du Loup. Cette signalétique imposante montre son efficacité en termes d'informations, mais aussi en termes de visibilité de l'événement et de son organisateur, soit la Métropole Aix-Marseille-Provence, elle permet de signaler et de valoriser l'entrée du salon que l'on soit à pied ou véhiculés.
- La mise en place d'un Espace VIP de 130m² entre le quai des Capucins et la Halle des Flots Bleus, pouvant accueillir plus 100 personnes, afin d'optimiser les relations partenaires, l'accueil de personnalités importantes et de VIP dans le cadre du salon. Chaque matin avant l'ouverture du salon les exposants pouvaient profiter d'un petit-déjeuner offert.
- Mise en place de l'ouverture de l'Espace Accueil Exposants en amont et pendant toute la durée du salon. Ce point accueil et d'informations réservé aux exposants permet de les réceptionner avant l'ouverture du salon et d'assurer ensuite une permanence pour répondre aux éventuels problèmes techniques rencontrés pendant la durée du salon.
- La présence du Service Presse répond aux attentes des journalistes avec : la mise à disposition d'une machine à café, un frigo, et une borne Wi-Fi.
- Installation d'Hall Équipements et Services de 500m².

L'ENTRÉE

Une seule entrée, en bas des escaliers, a été mise en place.

Elle réunit :

- La billetterie
- L'accueil des invités, partenaires et des VIP
- Un bureau comptabilité et de gestion des entrées
- Un espace de stockage

La gestion informatique de la billetterie et du contrôle d'accès sont réalisés en direct afin d'obtenir en temps réel, les résultats visiteurs, et d'optimiser les analyses et statistiques des flux de fréquentation.

L'utilisation d'un QR Codes sur tous les titres d'accès (badges, billetterie, cartes d'invitation) comme système d'identification de l'ensemble des personnes entrant sur le salon offre ainsi une approche performante des résultats.
Le contrôle des accès se faisait à la sortie de la structure d'accueil.

LA CIRCULATION DES VISITEURS

La présence de moquette dans les allées permet d'optimiser la qualité de présentation des stands et la visibilité de l'ensemble des espaces d'exposition.

LA SIGNALÉTIQUE

Mise en place d'une charte graphique unique, déclinée du visuel validé :

- Visuel du Salon sur une bâche de 15 mètres de haut sur le site dit : de l'œil de l'Émergence dès la sortie de l'A50.
- Le parti pris d'inciter les visiteurs d'utiliser les parkings aux entrées de ville nous a faits prendre la décision de ne pas flécher la direction vers le Salon, mais un fléchage unique vers les différents parkings.
- Habillage des pignons des structures : Entrée ; Espace Métropole Aix-Marseille-Provence/ Ville de La Ciotat ; Hall Services ; Hall Équipements & Accessoires,
- Mise en place de signalétique spécifiques dite « floor graphiques » pour optimiser la circulation des flux.

LES PARKINGS

► Parkings Exposants, collectivités, invités et organisateurs

Nos obligations :

Dans le cadre de la DSP et du dossier de participation, nous devons fournir un parking par dossier de participation, soit environ 150 places, auquel il faut ajouter les 50 badges parking fournis à la Métropole, ces places ne sont jamais utilisées en totalité dans la même journée, sauf pour l'inauguration et les deux ou trois temps forts organisés sur le stand de la Métropole. Nous fournissons également une dizaine de badges parking à la Ville de la Ciotat. Il reste à prévoir une vingtaine de places pour les invités de la journée, l'organisateur et ses prestataires. Soit un total de 250 places au maximum dans les journées les plus fréquentées. 60 places badges parkings ont été commandé au Parking Indigo du centre-ville pour pallier la perte de places causée par l'occupation du parking en face de la capitainerie.

A ce dispositif il faut rajouter la possibilité aux exposants d'acheter des places de parking supplémentaires auprès des gestionnaires des parkings couverts gérés par Indigo ou AGS.

Le dispositif 2023 :

Grace à l'occupation d'une partie du parking de la capitainerie et d'une grande partie du Parking de la Tasse, de 60 places au parking Indigo auquel il faut ajouter l'esplanade du 8 mai et le parvis de la chapelle des Pénitents bleus soit 40 places supplémentaires réservées aux élus des collectivités et aux VIP, nous avons permis à l'ensemble des exposants, partenaires et élus de toujours pouvoir se garer dans des bonnes conditions, même pour la journée des maires de la Métropole ou nous avons accueillis plus de 60 maires. La capacité des places de parking est montée à près de 300 places.

► Parkings Visiteurs Gratuits

Nos obligations :

Proposer aux visiteurs venant de l'extérieur des parkings et des navettes gratuits, en nombre suffisant pour éviter un apport de véhicules supplémentaires dans le centre-ville.

Le dispositif 2023 :

L'installation de l'exposition et les parkings réservés aux exposants, collectivités etc., occupent près de 75% des parkings de surface utilisés habituellement par les habitants du centre-ville. Pour éviter une saturation du centre-ville et par conséquent des difficultés de circulation, il est nécessaire d'offrir aux visiteurs venant de l'extérieur des parkings gratuits aux entrées de ville.

Cette année 3 zones de parkings étaient proposées aux visiteurs :

- Parking bleu Piscine et Paul Éluard capacité 250 places
- Parking rouge Saint Jean, Clos des plages, Bouissou 800 places
- Parking domaine de la Tour capacité 250 places

Remarque du délégataire : Il faut noter la forte demande de places de parking à proximité immédiate du salon pour les officiels (Métropole Aix-Marseille-Provence, Ville de La Ciotat...) et les intervenants invités dans le cadre des journées thématiques organisées par les services de la Métropole. Une demande logique dans sa démarche, mais difficile voire impossible à réaliser pour le délégataire, qui doit satisfaire de plus en plus de cibles sur cette surface de parking alloué. En revanche pour l'inauguration du salon, en présence de Martine Vassal, et le déjeuner des maires ou de nombreux élus étaient attendus le délégataire a mis en place, en accord avec la police municipale, un parking éphémère sur le parvis de la chapelle des pénitents bleus.

Pour le Parking de la Tasse, il n'est pas nécessaire d'interdire l'accès au parking au niveau du restaurant le Carré, nous préconisons de le fermer à partir de la deuxième semaine de montage.

LES NAVETTES GRATUITES

Le dispositif 2023 :

Une navette gérée par la RTM pour desservir les parkings bleu et rouge Départ Paul Eluard, arrêt à Saint Jean et allée Lumière. Retour départ Salon vers parking rouge et bleu. Cette navette fonctionnait tous les jours de 9h45 à 18h30. Une rotation toutes les 20 minutes.

Une navette bue à impériale pour desservir le parking vert. Départ Gare de la Ciotat arrêt à Saint Jean et allée Lumière. Retour départ Salon, vers parking vert. Cette navette fonctionnait uniquement les week-ends de 9h45 à 18h30. Une rotation toutes les 20 minutes.

LES SANITAIRES

Deux blocs sanitaires temporaires ont été installés de part et d'autre du salon.

- Les sanitaires de la Base Nautique étaient également accessibles aux visiteurs, ainsi que pour les PMR.
- Les sanitaires de capitainerie étaient également accessibles aux visiteurs, ainsi que pour les PMR.
- Deux permanences se relayaient pour nettoyer ces blocs sanitaires.

LE MONTAGE

► Stands nus

34 stands nus qui représentent 4081 m² de l'exposition à terre.

► Stands couverts

76 structures de type « pagode » ont été installées, de dimension : 3X3 mètres, 4X4 mètres et 5X5 mètres. Au total, ce sont 965 mètres carrés de structures de type pagode qui ont été montées.

Les autres espaces se décomposant comme suit :

- Une structure de 10X15 pour l'accueil soit 150 mètres carrés
- 2 Gardens 5X5 pour le commissariat Général, l'espace presse soit 50 mètres carrés
- Une structure de 10X30 pour l'espace Métropole Aix-Marseille-Provence et le village innovation soit 300 mètres carrés
- Une structure de 10X10 pour l'espace Ville de La Ciotat soit 100 mètres carrés
- 2 pagodes 3X3m pour l'espace traiteur de l'espace Métropole Aix-Marseille-Provence et Ville de la Ciotat soit 18m carrés
- Une structure de 10X10 pour l'espace conférences soit 100 mètres carrés
- Une structure de 10X10 pour l'espace VIP soit 100 mètres carrés
- Une structure de 15x10 pour le restaurant La Taverne soit 150 mètres carrés
- Une structure 20x25 pour le Hall Equipements et Services comprenant 5 stands associations et 11 stands exposants soit 500 mètres carrés
- 3 Gardens 5X5 pour l'espace Food truck soit 75 mètres carrés

Soit au total, la somme de 1543 mètres carrés couverts.

► Exposition à flot

La majorité des bateaux de l'exposition à flot sont arrivés par la mer, seulement un bateau hors gabarit a dû être gruté à La Ciotat Shipyards.

- Deux grues ont été utilisées sur le salon pour la mise en place des bateaux à terre
- Présence de la panne mobile à la sortie du port. Elle optimise la circulation des flux en permettant la sortie et l'entrée toutes les demi-heures pour les exposants désireux de réaliser des essais ainsi que pour les exposants. A noter la présence d'une personne en permanence pour activer ce dispositif d'ouverture /fermeture.

Remarque pour la panne mobile, prévoir des horaires d'ouvertures n'est pas optimal quant à la gestion des flux de bateaux. Prévoir une ouverture et fermeture à discrétion des bateaux.

► Village des Associations

Le village des associations a été intégré au Hall Équipements au vu du faible engagement des associations.

Remarques :

- Montage en bonne association avec les équipes Métropole Aix-Marseille-Provence et les prestataires
- Démontage de mobilier urbain de la totalité du mobilier urbain pour une meilleure installation du salon
- Zone de stockage du matériel dissimulée et inaccessible pour le public située sous la zone entrée
- Logistique lourde pour la sortie et la remise à l'eau des bateaux à déplacer

- Obligation de tenir un planning précis d'arrivée et de départ des bateaux à gruter sur le salon

LE DÉMONTAGE

Il a débuté le dimanche 26 mars à 18 heures, dès la fermeture du salon, pour une remise en état finale le vendredi 31 mars. En raison des conditions météorologiques, le démontage a été suspendu le lundi 27 mars pour reprendre mardi 28 mars. Malgré cet imprévu, Le Délégué a comme tous les ans respecté le temps imparti.

1.4. Le visitorat

1.4.1. Les chiffres globaux

La fréquentation totale du salon représente **24 340 visiteurs** pour cette édition 2023. Un chiffre en baisse à la vue des chiffres des précédentes éditions, qui s'explique notamment par la pénurie de carburant durant le salon.

Un total billetterie payante en caisse qui s'élève à 44 644,00 €

Un total billetterie en ligne : 5 594,00 €

Sur l'ensemble du salon, une tendance habituelle en termes de fréquentation avec d'avantages de visites les week-end. Le reste de la semaine plutôt calme, surtout lorsque le planning de temps fort a été moins dense.

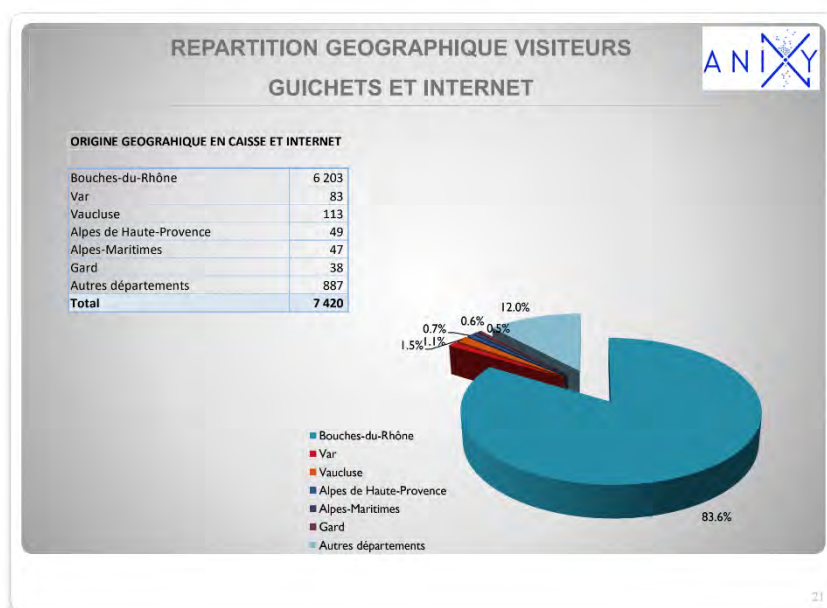
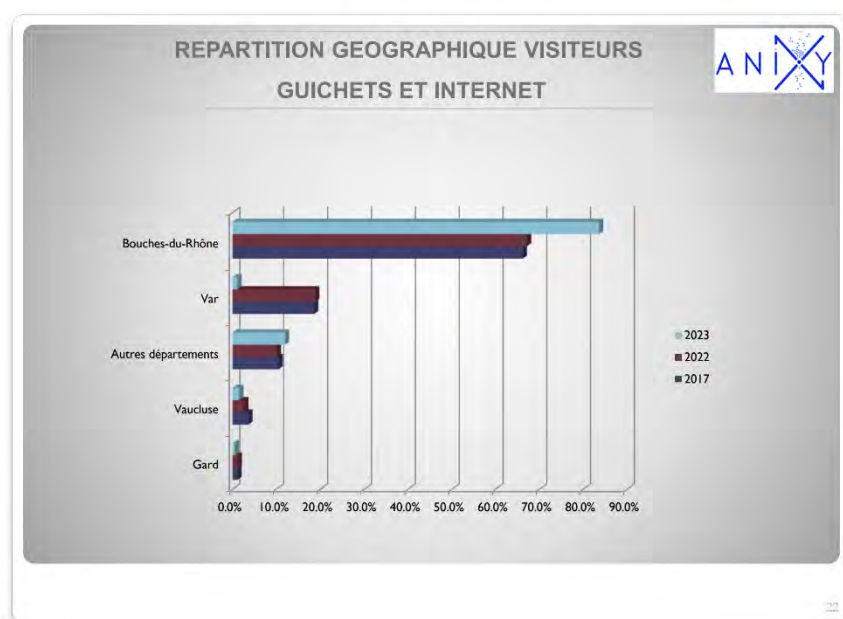
2011	2012	2013	20214	2015	2016	2017	2018	2019	2022	2023
32737	37390	23966	37728	28087	35408	31723	26872	31525	29324	24340

1.4.2. Évolution des entrées payantes par tarif

Rappel de la politique tarifaire mise en place :

Tarif	Billet Caisse	E-billet	Détails
Plein Tarif	8€	8€	
Tarif réduit	4€	non disponible	valable uniquement à la billetterie physique pour 13-18 ans, étudiants munis d'un justificatif, Licencié FFV
Tarif Groupe	4€	non disponible	à partir de 10 personnes
Prévente web	non disponible	6€	jusqu'au 10 mars puis la billetterie en ligne passe au tarif plein à 8€
Tarif Abonné	1 billet acheté = 1 billet offert	non disponible	sur présentation du billet acheté et d'un justificatif d'abonnement La Provence (carte Nolimit)

1.4.3. Provenance des visiteurs



En termes de provenance, la proportion du visitorat des Bouches-du-Rhône est en forte hausse et reste très majoritaire sur cette édition. Cela s'explique par la forte baisse de fréquentation du public varois et vauclusien majoritaire. La pénurie d'essence explique facilement ces chiffres.

N.B. Cette étude de provenance demeure un élément intéressant pour calibrer la géolocalisation du plan de communication pour les futures éditions.

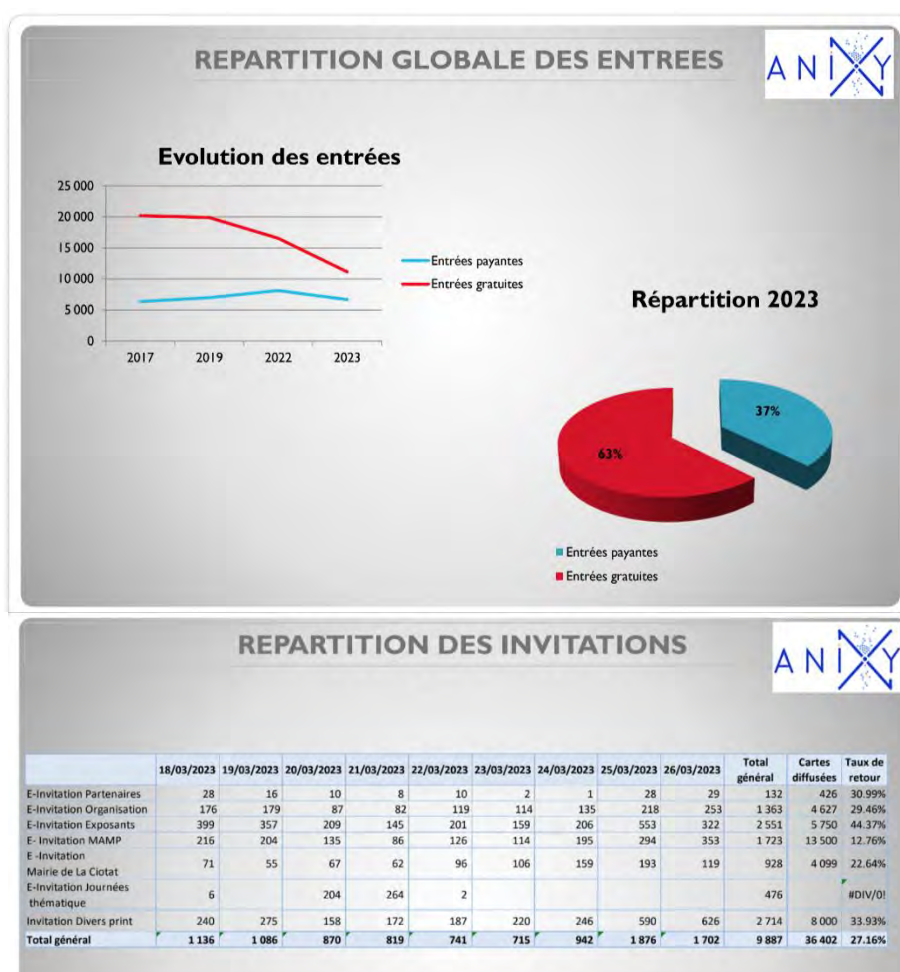
Cf. Détail par villes en annexe

1.4.3. Segmentation du visitorat

Age moyen des visiteurs selon leur provenance

- Bouches-du-Rhône : 56 ans
- Vaucluse : 58 ans
- Var : 74 ans
- Alpes Maritime : 72 ans

1.4.4. Les invitations



La part d'invitations gratuites en 2023 a été en baisse par rapport à l'année précédente mais les taux de retour sont nettement meilleurs (Invitations MAMP 12.76% en 2023 / 3.9% en 2022). Cela s'explique aussi par les difficultés liées aux transports pour se rendre à La Ciotat.

La dématérialisation des invitations commence à faire ses preuves, les formations d'accompagnement à tous les acteurs ont permis une prise en main facile de l'administrateurs par les opérationnels dédiés.

Le nettoyage des bases par notre prestataire a permis une meilleure délivrabilité des emails envoyés.

1.5. Les animations

Les Nauticales 2023 ont présenté un programme d'animations dense à destination de toutes sortes de public.

Pour cette édition encore, les animations ont été dealé sur le modèle économique suivant : en échange de leur prestation, démonstrations et mise à disposition de matériel pour animer le salon, un stand de 3x3 leur était mis à disposition afin de promouvoir leur activité.

Plusieurs animations ayant connu un succès les années précédentes ont été reconduites, comme bassin du Village Glisse, les sorties en mer, les démonstrations de sauvetage de la SNSM, les shows de Romain Stampers en jet à bras.

Marques présentes durant l'évènement :

- Ridding watts(nouveau sur la partie animation)
- F-one
- Hobbie
- The hydro (nouveauté sur le salon)
- Kayak attitude
- Varmer bouée géolocalisé
- Ze boat
- Takuma

Écoles présentes durant l'évènement :

- Moana kite school
- Fada kite school
- Halieutis (nouveau sur le salon)
- GPES
- Jet Surf Massilia
- Club canin
- Bassin poissons

Points positifs édition 2023 :

- emplacement de la partie animation sur le quai nord du salon
- séparation de la sonorisation sur le salon nautique
- signalisation de la partie animation
- développement des différentes marques
- stadium nautique (bassin nord) plus grand et plus sécuritaire
- dynamisme du Pole patrimoine
- aucune tente vide durant le salon

- le dynamisme et le spectacle proposé par les différentes marques
- la mise en place des bateaux électriques Ridding watts
- l’emplacement de l’animation des chiens terre neuve qui était dans un premier temps isolé du stadium animation et dans un second temps grillagé donc perte espace pour le spectateur (la solution serait de créer un glissant pour tout le pôle animation ou de mettre une structure flottante plus stable et sécurisée pour les chiens).

LES TEMPS FORTS

Pour rendre le salon attractif pour le public, plusieurs temps forts ont été mis en place tout au long des 9 jours :

Job dating

La Métropole Aix-Marseille-Provence organise un forum de l’emploi dédié aux métiers de la mer. 120 000 postes dans ce secteur, sont concernés. Les entreprises qui recrutent pourront rencontrer tous les candidats qui recherchent un emploi dans ce secteur, les 20 et 21 mars sur le stand de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

Les Meetups Innov Provence

Troisième Meetup sur le stand de la Métropole Aix-Marseille-Provence, de 10h30 à 12h30 le vendredi 24 mars, sur le thème de l’« économie de la mer ».

Une rencontre entre grands comptes publics ou privés souhaitant partager leurs « irritants » ou besoins d’une part, et des start-ups ou entreprises innovantes du territoire qui peuvent apporter des solutions d’autre part. L’objectif est bien de favoriser les rapprochements entre l’offre et la demande de solutions innovantes mais le suivi de la relation d’affaire relève par la suite des intéressés.

Une journée thématique mer et déchets

Plébiscité par les touristes et les locaux, le littoral métropolitain d’Aix-Marseille-Provence nécessite une attention et un soin particuliers pour conserver toute son attractivité. La Métropole s’emploie à protéger toute la richesse de ce patrimoine. Chaque citoyen peut contribuer à réduire considérablement les déchets qui partent en mer en adoptant le bon réflexe : jeter dans les corbeilles de rue. La Métropole innove en ce sens puisqu’elle va équiper les avaloirs du réseau marseillais de 5000 capteurs d’observation et de surveillance de leur propreté. Cette technologie unique en France et dans le monde va transformer radicalement l’exploitation du système d’assainissement urbain en zone littorale, analysée en temps réel. Plus d’un millier de capteurs ont déjà été installés en 2020/2021.

Les conférences Les Nauticales

En direct du salon, un espace de conférences organisées par le délégataire, a été installé en présence de journalistes, experts, parrains et ambassadeurs. Cette tribune centrale concentrera toutes les prises de parole de chaque temps fort du salon sous forme d’échanges, lives, articles, reportages vidéo, etc. Une programmation riche organisée au travers d’interviews, de directs thématiques, des rencontres, et des animations pour tous les publics. Le délégataire a eu la gestion du planning de conférences et de leurs contenus.

Visite de l'IMOCA 60

Chaque jour, l'IMOCA 60 de Nicolas Rouger « Demain c'est loin » ouvrait ses portes aux visiteurs, préalablement inscrits via un formulaire en ligne ou sur place au commissariat général du salon, pour découvrir ce voilier extraordinaire.

Nicolas Rouger lui-même ou Dimitri Deruelle, tous deux skippers, amenaient les visiteurs à bord de l'IMOCA 60 pour une visite intégrale accompagnée de l'histoire de l'incroyable mode de vie sur ce bateau pendant les courses. Ce fut un réel succès, il y avait un engouement particulier pour ce bateau et le privilège de rencontrer son propriétaire tout juste rentré de sa première route du Rhum.

3 sessions de visites par jour : 11h30, 13h30 et 15h30. La visite durait environ 30 minutes et toutes les sessions étaient complètes. Franc succès !

Programme et thématiques par jour du stand de la Métropole Aix-Marseille-Provence

SAMEDI 18 MARS	DIMANCHE 19 MARS	LUNDI 20 MARS	MARDI 21 MARS	MERCREDI 22 MARS
Inauguration Environnement	Environnement Déchets Biodiversité	Économie Formation	Économie Recrutement	Mer
JEUDI 23 MARS	VENDREDI 24 MARS	SAMEDI 25 MARS	DIMANCHE 26 MARS	
Économie	Innovation	Jeux Olympiques	Jeux Olympiques	

LE PROGRAMME DU SALON :

		PROGRAMME DU SALON				
		LES NAUTICALES LA MER PROVENÇALEMENT				LES NAUTICALES LA MER PROVENÇALEMENT
DATE		HEURE	RESPONSABLE	OBJET	THÉMATIQUE	LIEU
SAMEDI	18-mars	10h	LES NAUTICALES	OUVERTURE SALON		
		10h30-14h	METROPOLE MAMP	INAUGURATION		Stand Métropole AMP
		11h-12h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	REDAC LP	Espace Médias
		13h-14h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	Association Carènes - Oiseau Rare	Espace Médias
		15h-16h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	Festival Lumexplore - Préservation de la faune et de la flore en mer	Espace Médias
DIMANCHE	19-mars	14h-18h	METROPOLE MAMP	ATELIERS	Association réduction des déchets + Stand EcoAmbassadeurs	Stand Métropole AMP
		9h-9h45	LES NAUTICALES	PETIT DEJ		Espace VIP
		10h-18h	METROPOLE MAMP	ATELIER	Fresque Climat + Stand EcoAmbassadeurs	Stand Métropole AMP
		11h-12h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	NFBoat - Les enjeux de la digitalisation	Espace Médias
		12h-13h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	REDAC LP	Espace Médias
LUNDI	20-mars	15h-16h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	Cap Ocean - Guide achat bateau d'occasion	Espace Médias
		9h-9h45	LES NAUTICALES	PETIT DEJ		Espace VIP
		10h-17h	METROPOLE MAMP	ATELIER	Formations et découverte métiers de la mer	Stand Métropole AMP
		10h-17h30	METROPOLE MAMP	SORTIE EN MER	La mer sur tous : Cap sur l'emploi	Stand Métropole AMP
		10h-11h	LES NAUTICALES	COLLECTE	TheSeaCleaners - Collecte de déchets des écoles	Espace Médias
MARDI	21-mars	14h-16h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	TheSeaCleaners - valeurs, missions, actions	Espace Médias
		9h-9h45	LES NAUTICALES	PETIT DEJ		Espace VIP
		9h-12h	HICA BOAT	RESERVATION		Espace Médias
		10h-17h30	METROPOLE MAMP	FORUM	Forum recrutement - Job dating	Stand Métropole AMP
		9h-9h45	LES NAUTICALES	PETIT DEJ		Espace VIP
MERCREDI	22-mars	10h-11h30	METROPOLE MAMP	CONFERENCE	Mer et changement climatique : quelles propositions et quelle synergies pour faire face à ces nouveaux enjeux ?	Stand Métropole AMP
		9h-18h	METROPOLE MAMP	RESERVATION		Espace Médias
		9h-9h45	LES NAUTICALES	PETIT DEJ		Espace VIP
		11h-12h	VILLE DE LA CIOTAT	RESERVATION		Espace Médias
		13h30-18h	METROPOLE MAMP	CONFERENCE	Comment l'économie du nautisme se transforme au gré des attentes contemporaines ?	Stand Métropole AMP
JEUDI	23-mars	14h-17h	METROPOLE MAMP	CONFERENCE	Ensemble autour des épreuves de voiles - JO 2024	Espace Médias
		16h-17h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	REDAC LP	Espace Médias
		9h-9h45	LES NAUTICALES	PETIT DEJ		Espace VIP
		10h-12h30	METROPOLE MAMP	MEETUP	Meetup Innovation	Stand Métropole AMP
		11h-12h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	Informers, sensibiliser, protéger la vie marine	Espace Médias
VENDREDI	24-mars	12h-13h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	Art Explora - Festival culturel itinérant	Espace Médias
		14h-15h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	Ethabox - Mobilité décarbonée	Espace Médias
		15h-16h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	Synchronicity	Espace Médias
		16h-17h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	La Méditerranée, un océan de solutions	Espace Médias
		17h-18h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	Platypus - Blue Odyssey Corsica	Espace Médias
SAMEDI	25-mars	18h-21h	LES NAUTICALES	SOIRÉE EXPOSANTS		Halle Gourmande
		9h-9h45	LES NAUTICALES	PETIT DEJ		Espace VIP
		10h-18h	METROPOLE MAMP	CONFERENCE ET ANIM	Voiles et athlètes autour des épreuves olympiques	Stand Métropole AMP
		12h-13h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	REDAC LP	Espace Médias
		9h-9h45	LES NAUTICALES	PETIT DEJ		Espace VIP
DIMANCHE	26-mars	10h-18h	METROPOLE MAMP	CONFERENCE ET ANIM	Animation casque réalité virtuelle	Stand Métropole AMP
		12h-14h	LES NAUTICALES	CONFERENCE	REDAC LP	Espace Médias

2. Bilan qualitatif des Nauticales 2023

2.1. La communication et les relations presse

2.1.1. La Communication

L'IDENTITE VISUELLE

La campagne de communication de 2023 marque un désir de renouveau et de rupture avec la précédente édition. Créer une affiche totalement différente avec un montage photo de bateaux modernes. L'intention derrière le choix des visuels de bateaux, incluant à la fois un bateau à moteur et un bateau à voile, est de mettre en avant la variété de l'offre présentée lors du salon et d'attirer aussi bien les enthousiastes des bateaux à moteur que les fervents de la voile. Afin de maintenir la cohérence de la marque et de renforcer la reconnaissance qu'elle suscite dans la région, il est important de conserver l'élément clé de la marque : le logo avec sa Baseline « Les Nauticales, la mer passionnément ». Cela permettra de communiquer de manière claire sur l'événement principal, le salon nautique, tout en préservant la fidélité des adeptes de la marque.

Le 20ème anniversaire du salon est discrètement mentionné. Cette nouvelle affiche met davantage en évidence la ville de La Ciotat dans le texte, mais elle n'est plus présente dans la composition visuelle.

LES ACTIONS DE COMMUNICATION EN AMONT DU SALON

L'équipe des Nauticales s'est rendue sur les principaux salons Nautiques en France et à l'étranger afin de nouer des contacts commerciaux et des partenariats structurants pour l'édition 2023. Gènes, Cannes, La Rochelle, La Grande Motte, ces visites ont permis de comprendre et de dupliquer certains formats proposés.

La présence des Nauticales au salon Nautic Paris a permis de faire une annonce forte auprès de tous les acteurs du nautisme présents sur l'un des plus importants salons nautiques européens. L'identité visuelle affichée sur le stand, mais également en affichage sur différents réseaux (transports, aéroports, abords du palais des expositions) a permis de commencer le placement psychologique de ce rendez-vous auprès des visiteurs du salon et des passionnés de la mer croisant cette affiche.

A noter que le délégataire a proposé, lors de ce salon parisien, une rencontre entre sportifs de haut niveau susceptible de participer aux épreuves de voiles des Jeux Olympique 2024 et des exposants potentiels ainsi que des partenaires du salon.

Au-delà d'un argument commercial dénué d'émotion, « 1er salon a flot de l'année », la volonté a été de communiquer sur le positionnement « La mer Passionnément » afin de mobiliser d'avantages de visiteurs et ancrer le salon dans les esprits comme un rendez-vous incontournable. Des campagnes de marketing direct et la mise en place de newsletters dédiées ont également permis de prendre le contact auprès des professionnels en amont du salon nautique de Paris.

Des tournées commerciales ont été réalisées par la force des ventes afin de faire connaître le nouveau délégataire et promouvoir le retour du salon métropolitain.

Un plan de communication globale

L'expérience de la précédente édition a permis au délégataire d'affiner le plan de communication globale du salon et la réflexion stratégique.

Plusieurs ciblages ont été réalisés :

Les professionnels : exposants et partenaires potentiels. Une cible primordiale pour l'attractivité et la qualité du salon, qui peut être locale, nationale, voire même internationale.

Un public cible quantitatif : les visiteurs qui se présentent au salon, sans forcément l'intention d'y acquérir un bateau mais qui s'intéressent au sujet « nautisme, mer, bateau », qui connaissent le salon. Il s'agit majoritairement de visiteurs de proximité, qui viennent au salon pour découvrir des animations, des bateaux exceptionnels, acheter un produit annexe, se renseigner sur les permis bateaux, ou sur les financements de bateaux, profiter d'un baptême de plongée ou passer un bon moment en famille... et qui peut devenir un acheteur.

Un public cible qualitatif : il s'agit des visiteurs plus éloignés géographiquement, mais réellement intéressés par les bateaux exposés. Ils viennent y découvrir les nouveautés, visiter, tester, acheter, rencontrer des personnalités, assister à une conférence thématique...

La presse : un événement attrayant doit être connu du public et gagne en crédibilité lorsque la presse s'y intéresse. Il s'agit d'une cible non négligeable à la réussite du salon.

Le plan de communication doit donc proposer un savant mélange d'actions ciblées en fonction des profils à atteindre. Ainsi une multitude de canaux et de leviers d'action sont activés pour toucher chacune de ces cibles.

La presse spécialisée a été fortement sollicitée et a fait l'objet d'un soin tout particulier pour être captée. Les leviers principaux à considérer sont les nouveautés bateaux, les animations et les personnalités ainsi les objets insolites et/ou innovants.

Des partenariats avec la presse régionale : La Provence, France Bleu Provence et BFM Marseille ont permis d'assurer une large couverture du salon. Les autres médias comme les radios (Fun, Chérie, nrj, ...) ou TV (France 3 méditerranée et M6) ont répondu aux sollicitations du service presse et ont couvert plusieurs fois le salon, attirés par les animations et les nouveautés proposées par nos exposants.

	Professionnels	Visiteurs quanti	Visiteurs quali
Objectifs	- Notoriété du salon - Identification du délégataire - Confiance - Réservation de stands - Fidélisation - Vente additionnelle (service/produit)	- Notoriété salon - Attractivité - Découverte - Achats	- Achat - Notoriété salon - Découverte - Satisfaction - Salon incontournable
Moyens	- Site web - Réseaux sociaux - Communication médias - Publicité - Dossier de participation - Campagnes d'emailing - Prospection digitale et téléphonique	- Site web - Réseaux sociaux - Communication médias - Publicité - Jeux concours - Animations - Invitations	- Site web - Réseaux sociaux - Communication médias - Publicité - Annonce de nouveautés ou contenus attractifs - Invitations
Actions	- Stand Nautic Paris - Prospection Yachting Festival Cannes - Concours d'innovation - Conférences thématiques	- Jeux concours réseaux sociaux et radio - Campagnes Réseaux Sociaux (géolocalisation + Age)	- Voiles et Voiliers - Partenariat abonnement magazine / Emailing base abonnés Voiles et Voiliers - VOG / Approche communautaire de pratiquant en croisière à la voile

Cf. Tableau Plan Média 2023 en annexe.

Suivi de réalisation du plan média

- Réalisation de l'ensemble des mises au format des supports (affichage, presse, web, radio, etc...)
- Contrôle et envoi des fichiers pour parutions aux dates convenues
- Contrôle et ajustement des ciblage pour les campagnes digitales
- Coordination et gestion des facturations

2.1.2. Les Relations Presse

Les relations presse étaient gérées par le délégataire La Provence en collaboration avec l'agence CED pilotée par Sophie Claudon. La mission étant de relayer les informations relatives à l'événement et de valoriser la notoriété et la visibilité de l'événement et de son organisateur auprès des médias locaux, nationaux, voire internationaux. Pour cela plusieurs moyens ont été mis en place : invitations, conférence de presse, communiqués de presse, partenariats...

Quantitativement, le délégataire a produit 6 communiqués de presse, 1 dossier de presse et a organisé 2 conférences de presse. Le programme de conférences communiqué trop tardivement, ne nous a pas permis de respecter le rétro-planning initial et idéal pour performer comme nous l'aurions souhaité. Cependant, les médias ont répondu très favorablement aux sujets grands public : Animations, Démonstrations, Innovations et autres rendez-vous sur le stand de La Métropole comme celui du forum de l'emploi.

Chacun des communiqués de presse a été envoyé via Datapress, outil RP qui nous accompagne dans la gestion des relations presse et qui permet de toucher des journalistes qualifiés et segmentés, (en moyenne 300 journalistes ont reçu les CP sur les 6 envois). Les communiqués de presse étaient également en ligne et en libre téléchargement sur le site internet des Nauticales. Les dossiers de presse ont été distribués sur la conférence de presse.

À noter, la bonne coordination entre les services presse des Nauticales et de La Métropole. Le processus de validation des communiqués et dossiers de presse ont été systématiquement validés par le service presse de la Métropole Aix-Marseille-Provence. La mise en place d'un « co-tech relation presse » nous a permis de garantir la bonne quantité et qualité des informations susceptibles d'être utilisées pour produire des contenus à destination de la presse nationale, régionale, spécialisée.

La presse nationale et la presse spécialisée sont attirés davantage par le contenu proposé au salon qui est source de venue des journalistes. En effet, la présence de bateaux d'exception et de nouveautés sont un bon moyen d'attirer les journalistes généralistes et spécialisés, locaux, nationaux mais aussi internationaux.

Un dispositif d'accréditation a pu être mis en place sur le site officiel de l'événement où de nombreux médias ont pu être accrédités : La Provence, La Marseillaise, BFM, M6, France3, France bleu Provence, Gomet', MotorBoat, ...

Le service presse mis en place a permis également aux journalistes d'avoir leur espace dédié et d'être accueillis de manière privilégiée. Des places de parking ont pu être réservées afin de faciliter l'accès à l'événement, un espace presse était installé au sein de la tente hospitalité, VIP et équipé de borne wifi, prises électriques, café et softs à volonté. Du personnel présent pour répondre à toutes les questions ainsi qu'un photographe et de la mise à disposition (sur demande) des photos libres de droit pour toutes illustrations et communications en fonction des besoins de chaque journaliste.

2.2. La commercialisation : perception des exposants

Pour cette édition 2023, l'enquête exposants a été administrée par deux moyens différents.

D'abord, nous avons adressé un formulaire par email, puis notre responsable commerciale a été à la rencontre des exposants pour en entretien individuel afin d'échanger sur les perceptions et leurs attentes.

▪ Le formulaire :

Ce sont 22 questionnaires qui ont été comptabilisés en retour.

A l'issue de cette enquête, il en ressort les points suivants (base 25 répondants) :

PARTICIPATION

3,6/5 : note de participation donnée par les exposants

- 77,3% des exposants de cette édition ont déjà participé au salon les années précédentes
- 64,7% d'entre eux ont eu le même emplacement que les années précédentes
- 77,3% étaient satisfaits de leur emplacement

Intérêt de participation :

- 72,7% : générer du CA
- 72,7% : rencontrer des prospects
- 63,6% : accroître sa notoriété
- 54,5% : présenter ses produits en démonstration

LE SALON

54,5% des exposants ont jugé satisfaisante la fréquentation des visiteurs qui sont venus sur leur stand

77,2% des exposants ont jugé la qualité générale du salon comme satisfaisante ou très satisfaisante (13,6% comme insatisfaisante)

100% des exposants sondés sont satisfaits des horaires d'ouverture et de fermeture du salon

ORGANISATION

95,5% des exposants ont jugé la qualité de l'installation et l'aménagement de leur stand comme satisfaisante ou très satisfaisante

3,8/5 planning général d'installation

100% des exposants ont jugé la propreté du site comme satisfaisante ou très satisfaisante

100% des exposants ont jugé la sécurité du site comme satisfaisante ou très satisfaisante

86,3% des exposants ont apprécié la proposition de parking dédié aux exposants (13,6% peu satisfaits, ont rencontré des difficultés à se garer pendant l'événement).

RESTAURATION

81,8% des exposants ont consommé la restauration présente sur place

Suggestions des exposants :

- Prévoir des menus salades
- Pas beaucoup de choix pour les non-consommateurs de viande
- Un tarif exposant

ESPACE VIP

40% des exposants se sont rendus à l'espace VIP

Parmi ceux qui n'ont pas été à l'espace VIP :

- 53,8% n'a pas eu le temps
- 38,5% n'était pas au courant

40,9% des exposants ont participé aux petits-déjeuners mis en place chaque matin dans l'espace VIP

4,8/5 est la note de satisfaction pour les petits déjeuners

Seulement 31,8% des exposants se sont rendus à la soirée Exposants organisée à la Halle des Flots bleus

4,1/5 est la note de satisfaction pour ceux qui y ont participé

COMMUNICATION DU SALON

- 3,4/5 pour la visibilité de la communication
- 2,8/5 pour l'audibilité des spots radio
- 3,8/5 pour la visibilité des différents posts sur les réseaux sociaux
- 3,2/5 pour la visibilité presse
- 3,5/5 pour le site de l'événement

90,9% des exposants ont communiqué sur leur présence aux Nauticales :

- 85% d'entre eux via des posts sur les réseaux sociaux
- 70% d'entre eux via l'envoi d'invitations
- 60% d'entre eux via leur site web
- 40% d'entre eux via des campagnes d'emailing
- 20% d'entre eux via un courrier

OUTILS DE COMMUNICATION POUR EXPOSANTS

4/5 est la note de satisfaction concernant le kit exposant

77,3% ont jugé avoir reçu leur kit de communication à temps

22,7% auraient souhaité le recevoir plus tôt

Utilisation des éléments du kit de communication fournis aux exposants :

	OUI	NON
Vidéo	45%	55%
Affiche	50%	50%
Bannières	50%	50%
Signature de mail	35%	65%

86,4% des exposants ont apprécié les goodies mis à leur disposition et ont estimé que leur quantité était suffisante (porte-clés, lunettes, ecocup)

COMMERCE

Clarté des supports :

- Bon de participation : 81,8%
- Plan du salon : 81,8%
- Facturation : 86,4%
- Accès à l'espace exposant : 90,9%

L'offre commerciale du salon :

- Le prix du stand : 2,5/5
- L'offre du salon : 3/5
- La quantité des animations : 3,7/5
- L'exhaustivité des conférences : 3,5

OBJECTIFS ET BILAN

Évaluation de la quantité de contacts (prospects) récoltés : 3/5

Évaluation de la qualité de contacts (prospects) récoltés : 3/5

54,5% des exposants ont jugés le retour sur investissement de cette opération comme satisfaisante ou suffisante (45,5% comme insatisfaisante)

Pourquoi ? « Pas assez de monde, pas assez de nouveaux prospects, contexte crise sociale, grève ».

50% des exposants sont satisfaits du chiffre d'affaires réalisé sur le salon

90,9% des exposants sont intéressés par une participation à la prochaine édition du salon Les Nauticales

Axes d'amélioration proposés par les exposants :

- durée du salon trop longue
- décaler en avril pendant les vacances
- retour aux invitations papier
- retour aux badges physiques
- goodies à ôter pour faire baisser le prix des stands
- revoir les prix des stands à la baisse pour les petites entreprises
- des emplacements à terre proches des emplacements à flot

45,5% des exposants trouvent le salon trop long

40,9% des exposants seraient intéressés par une nocturne ouverte au public

▪ Entretiens :

Une enquête a été réalisée par la responsable commerciale de l'événement directement auprès de clients quelques semaines après l'événement.

Sud plaisance

- Assez content du salon et de l'organisation
- Besoin d'y être se sent obligé d'être présent
- Aimerais changer de dimension et passer à Marseille
- A fait 5/6 ventes donc pas mécontent
- Aimerais réunion tous ensemble pour faire bouger les choses

Marseille yachting

- Satisfait de l'Organisation vs Grand Pavois
- Année correcte 5/6 bateaux vendus sur salon mais pas de retombées après
- Aucun semi rigide vendu plus de clientèle ? changement des habitudes de conso ?
- Demande a davantage toucher le Var
- Récupéreras Paris si on va à Marseille
- Bcp de nouveaux clients cette Année
veut aller à Marseille. !!! besoin de changement pour relancer la filière nautisme

Bavaria

- Super content
- Premier salon ici
- Bien contacts bons retours
- Pas de vente
- Attention emplacement panne pour les catamarans
- N'aime pas trop stand occasion

Ze boat

- Organisation bien
- Mauvaise conjoncture - Souci de grève ne nous a pas aidé

- Prix trop augmentés donc ventes en baisse taux élevés
- Moins d'acheteur ... budget vacances premier touché lors de crise
- 1 bateau vendu après salon
- Ok 6 jours plus court c'est mieux mercredi lundi
- Moins de personne l'année prochaine moins de vente trop de stock
- Hésite à venir l'année prochaine fera moins gros

Midi nautisme DUFOUR/SYS

- Bonne année 2023 mais le marché se tend
- Problème de récupération de 10% cette année qui pénalise les ventes de bateaux
- Moins bon résultat de vente sur l'édition 2023 : 3 bateaux vendus pour 6/8 les autres éditions
- Organisation bien salon bien
- Ok 6 jours Préfère mercredi lundi
- Grand directeur marque ok pour investir mais sur Marseille
- Fait mini salon à Marseille sur panne aux dates de paris voire devis pub voir Pauline
- Jouera moins le jeu l'année prochaine et amènera moins de bateaux

Matt marine

- Mauvais résultats de vente en 2022 6 bateaux vendus contre 12/15 les précédentes éditions

Servaux/Iomac

- Mauvais résultat de vente pendant cette édition mais salon bien organisée et offre enrichie.
- 6/9 m plus de vente, marché terriblement dur ... Bateau ont pris 30% ...
- Ok pour 6 jours moins de frais - La Ciotat ça ne sera plus jamais ça - Il faut aller à Marseille

Jeanneau

- Super organisation mais bilan catastrophique
- 1 bateau vendu - 30 bateaux exposés
- 3 j avant 3 j après trop de boulot - 1 vente après salon correct 2/3 ventes
- Temps investissement pas bon

Hica boat

- Se pose des questions pour sa participation à La Rochelle et à Cannes mais Les Nauticales incontournables
- Port Camargue mandelieu pas cher car subventionné par commune donc obligatoire
- La ciotat devenu très cher depuis gd pavois
- Coin bonus pour avoir plus de places
- Vendu 1 bateau
- Aucune chance que Paris viennent à La Ciotat à Marseille oui
- Il faut aller à Marseille
- Ok pour 6 jours
- Re dimensionné les stands ... écarte les bateaux ... mettre moins bateau sur le stand

Medyacht/beneteau

- Satisfait de l'organisation du salon mais pas des résultats commerciaux pendant l'édition.
- Bonnes ventes après salon
- Pas clients milieu de gamme - Grosse augmentation des prix
- Problème format 6/10 m cause financement (10% de remise en moins)

2.4. Les retours des visiteurs

Base de 316 visiteurs

L'enquête a été administrée pendant le salon, en face à face avec une hôtesse sur site, équipées d'un iPad pour récolter les avis des visiteurs directement sur site les week-ends et quelques heures dans la semaine.

4/5 de satisfaction globale attribuée par les visiteurs sondés

41,1% des visiteurs ont visité le salon Les Nauticales pour la première fois

- 28,2% des répondants ont connu les dates du salon grâce aux affiches
- 21,5% grâce au site internet
- 15,5% grâce à la Presse quotidienne régionale (La Provence)
- 14,2% grâce à des invitations
- 8,9% grâce au bouche à oreille
- 3,5% grâce aux radios locales
- 3,2% grâce aux réseaux sociaux
- 1,3% grâce à la presse spécialisée nautique

LE PROFIL SOCIO DEMOGRAPHIQUE

D'après l'enquête visiteurs administrée, la clientèle du salon demeure majoritairement la tranche d'âge des « + de 50 ans » à près de 50%. En revanche, on note cette année un léger rajeunissement des visiteurs avec des proportions plus jeunes en hausse par rapport à l'édition 2022.

Tranche d'âge	Proportion des répondants
+ 50 ans	46,8%
36 - 50 ans	30,1%
26 - 35 ans	15,2%
19 - 25 ans	7,3%
- 18 ans	4%

Provenance des visiteurs :

- Bouche du Rhône (13) : Marseille, Vitrolles, Salon de Provence, Aix-en-Provence, Chateaurenard, Gardanne, Arles, St Chamas, Hyères, La Ciotat, Martigues ...
- Vaucluse (84) :
- Var (83) : La Seyne sur Mer, Le Brusc, Evenos, St Raphael
- Rhône Alpes (69) : Lyon
- Lille

LES INTERETS DE VISITE

- 36,6% : curiosité
- 22,9% : passionné du nautisme
- 18,3% : balade

- 12,1% : pour l'achat d'un bateau/matériel nautique (parmi ces répondants 21,3% ont effectué un achat)

EXPÉRIENCE DU SALON

Parmi les répondants :

18% ont testé les animations et estime à 3,6/5 note de satisfaction animations proposées

18,7% étaient intéressés par les conférences thématiques

Remarque du délégataire :

Un chiffre en baisse par rapport à l'édition précédente qui s'explique par une programmation volontairement plus faible. Les conférences thématiques suscitent néanmoins un intérêt parmi les visiteurs, surtout les conférences orientées « usage ». Une mise en avant de leur contenu en amont du salon permettra de générer davantage de visites. Un point à améliorer pour la future édition.

57,3% des sondés ont apprécié la restauration

Temps passé :

- 44,6% des sondés ont passé 2h sur le salon
- 33,4% des sondés ont passé une demi-journée
- 11,8% ont passé 1h
- 8,9% ont passé une journée
- 1,3% ont passé moins d'une heure

Suggestion des visiteurs concernant le salon :

- des bateaux plus gros et plus de bateaux électriques
- assurances
- Présence de catamarans
- D'avantage de bateaux d'occasion
- D'avantage de voiliers
- D'avantage d'équipements
- D'avantage d'essais en mer
- Équipement de pêche et plongée
- Nettoyage / entretien de bateaux

2.5. La Vie du Salon

ACCUEIL DES VISITEURS

Cette année l'accueil était positionné au pied des escaliers sur le quai Berouard mais une arche événementielle permettait de signaler l'entrée du salon au niveau de l'esplanade du Saut du Loup.

- Ce positionnement favorise la venue des visiteurs du côté Port Vieux de La Ciotat, des officiels profitant du parking officiel et de ceux qui empruntaient le parking Indigo du Centre. Nous avons également valorisé cette entrée par la mise en place d'une allée de moquette, favorisant la venue des visiteurs venant par le front de mer et les navettes qui fonctionnent pendant toute la durée du salon. A noter que les navettes s'arrêtent au niveau de la Chapelle des Pénitents Bleus.
- Deux sorties sont mises en place à proximité de l'entrée pour fluidifier le passage à la sortie.
- Mise en place de QR Codes pour toutes les cibles. Cette méthode constitue un gage de sérieux et de professionnalisme du salon et permet de mieux identifier les flux.

ACCUEIL DES PERSONNALITES, GROUPES, PRESSE, ETC.

Le délégataire met en place une banque accueil spécifique dans l'entrée pour ces cibles de visiteurs qui peuvent venir avec une lettre-invitation, une lettre ou un mail spécifique pour une présentation produit, un temps fort (inauguration, tables-rondes, temps fort...), etc. Cela permet de filtrer mais aussi de donner aux uns et aux autres un justificatif d'entrée obligatoire à posséder. Cela permet également de comptabiliser au mieux les entrées.

Une fois de plus, de nombreuses personnalités politiques et en premier lieu, bien sûr, Mme la présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence, les Présidents des Territoires, plusieurs Vice-Présidents, les maires de nombreuses communes de la Métropole, des parlementaires et élus... se sont succédés pendant les neuf jours de salon. Il va de soi que de telles présences permettent au salon de rayonner sur le territoire et de contribuer à la dimension métropolitaine de l'événement.

ACCES AU SALON : BADGES, BILLETS, E-BILLETS ET INVITATIONS, E-INVITATIONS

Les accès au salon se font via un dispositif de badges d'accès personnalisés, une billetterie, une e-billetterie, une politique d'invitation spécifique de manière à mieux contrôler les accès et mieux « identifier » les personnes présentes sur le salon.

Des badges ont été personnalisés pour chaque typologie d'utilisateurs.

Rappel des badges existants donnant accès au salon :

- Exposant
- Métropole Aix-Marseille-Provence
- Port de La Ciotat
- Organisation
- Prestataire
- VIP

Rappel des billets et e-billets mis en place, valable pour une personne et tarifs selon DSP :

- E-billet internet
- Billet Caisse Tarif normal
- Billet Caisse Tarif Groupe
- Billet Caisse Tarif Réduit (sur présentation de justificatif)

Retour sur le dispositif d'invitations et e-invitations mis en place pour cette édition 2023 :

- E-badge Presse
- E-invitation B2B
- Accès à la plateforme d'e-invitations donné à la Métropole Aix-Marseille-Provence

Le délégataire tient à souligner l'avantage à la digitalisation des invitations afin de maîtriser au mieux les trafics et les profils de visiteurs se présentant au salon.

ANIMATIONS

Le programme d'animations proposé par Les Nauticales pour cette 20^{ème} édition, a été dense et varié conformément aux attentes des différentes cibles.

- La salle de conférences thématiques a suscité un vif intérêt auprès des professionnels du nautisme et des visiteurs du salon. La programmation tout au long du salon a permis à différents acteurs de prendre la parole face à un public sensible et intéressé.
- Parallèlement au programme de la salle de conférences, le stand de la Métropole Aix-Marseille-Provence a proposé des journées thématiques, rencontres, débats, jobdating B2B et B2C. Un succès en termes de fréquentation et de qualité d'intervention. Des rendez-vous à renouveler de l'avis du délégataire.

SERVICES

- Une présence permanente des services événementiel, techniques mer et terre appréciée. Globalement très satisfaits des différents interlocuteurs auprès de qui ils ont eu à faire, les exposants ont apprécié leur présence, leur disponibilité, leur réactivité et leur accompagnement. Leur présence pendant toute la durée du montage, du salon et du démontage a permis de répondre aux différentes demandes ponctuelles de la Métropole Aix-Marseille-Provence et de la ville de La Ciotat, et surtout de solutionner, le cas échéant, les problèmes techniques rencontrés par les exposants ou imposés par la météo en amont ou pendant le salon. (Anticipation des arrivées, déplacement d'objets, réparations de bâches, réimpressions, problèmes électriques ou télécom...)
- La collaboration avec La Ciotat Shipyards a permis de renouveler le dispositif mis en place lors de la précédente édition tant au niveau du déplacement des bateaux. Acteur incontournable de la Ville de La Ciotat, leur implication dans l'organisation du salon Les Nauticales est incontournable et indispensable à la réussite de l'événement. Le

délégataire a signé une convention comprenant le déplacement des bateaux pour une durée d'un mois.

De ce fait, La Ciotat Shipyards s'est engagée à accueillir 90 bateaux de plaisanciers du bassin des Capucins.

- L'accueil Exposant aménagé au Commissariat General du Salon a facilité les relations commerciales et l'installation des exposants. Pratique et facilement repéré, cet espace est resté ouvert en amont et pendant toute la durée du salon permettant aux exposants de trouver un interlocuteur lorsqu'ils rencontraient un problème à régler (badges, parking, goodies...) Un réel service géré par le délégataire et apprécié des exposants.
- Parking Exposants : après différentes sollicitations de la part des exposants, le délégataire a prévu dans l'organisation du salon 2 parkings : Le parking de la Tasse a permis de proposer 250 places de parking avec le parking capitainerie à destination des exposants et du personnel d'organisation. Le parking indigo centre-ville a permis de proposer 60 places supplémentaires.
- Parking visiteurs
Gare 3 parkings : Parking Piscine Paul Eluard, Parking St Jean Clos des Plages, Parking Gare Domaine de la Tour. La mise en place des navettes gratuites quotidiennes du 18 au 26 mars, pendant toute la durée du salon, entre les parkings et le salon a permis aux visiteurs d'envisager leur visite sans encombre.
Une signalétique routière a été mise en place par la ville de La Ciotat dès la sortie de l'autoroute et, ensuite, d'un fléchage mis en place par le délégataire.
- La presse : Pour faciliter le travail des journalistes et la couverture de l'événement, le salon a accueilli à proximité du commissariat général, une surface d'espace presse. La salle et son équipement (bureau, chaise, ordinateur, branchement électrique, wifi, café, eau, gâteaux...) a été appréciée et a permis aux différents journalistes de travailler sereinement à l'abri de l'agitation extérieure et des aléas météorologiques.
- Espace VIP : Pour cette 20^e Edition, l'espace VIP a été installé sous une structure de 100m² à proximité du quai des capucins. Il accueillait chaque jour, les petits déjeuners et afterworks exposants. Cet espace a par ailleurs servi à proposer aux exposants un lieu d'accueil (hors de leur stand) pour réaliser des rendez-vous clients, conclure des ventes, ou proposer un moment privilégié à leurs clients.
- Hall équipements / Hall services : Cet espace en diminution par rapport à la précédente édition malgré la présence D'USHIP. Il devra être entièrement repensé et surtout enrichi par de nouveaux produits, de nouveaux univers (pêche/plongée). La durée de salon trop lourde à assumer financièrement pour ces acteurs, le hall a perdu son attractivité. Pour le Hall Service, des objets dédiés devront être créés pour attirer plus d'exposants, les exposants présents étant plutôt satisfaits de leur salon. Ces Hall devront être repensés et resitués sur le salon est proposer une nouvelle déambulation à l'instar de ce que propose certains salons comme celui de La Grande Motte.

- Les sanitaires : la qualité des sanitaires installés ont été appréciés. Leur entretien tout particulièrement. Aucune remarque n'a été enregistrée à propos de ce point.
- Une proposition gourmande plus étoffée. Pour cette édition 2023, le délégataire a permis au salon Les Nauticales de bénéficier d'une offre de restauration plus riche que lors des éditions précédentes. En plus du traditionnel restaurant du salon et d'un village de Food trucks et d'un accès à la halle des Flots Bleus, l'offre de restauration autour des produits de la mer proposée par Pierrot Coquillage a connu un grand succès et apportée un gage de qualité à l'offre existante.
- Un nouvel espace pensé pour l'occasion. C'est la totalité du quai des Capucins qui a pu être privatisée comme l'année précédente pour proposer une offre de bateaux d'occasion à flot avec la signature d'un partenariat avec Cap Ocean. Cette offre a encore trouvé son public, sans dénaturer le reste du salon et ses bateaux neufs, pour proposer à un public désireux d'acquérir un bateau, qui possède un budget moins important, de faire l'acquisition de modèles à tarifs plus compétitifs.

3. Bilan financier des Nauticales 2023

L'édition 2023 du salon Les Nauticales à La Ciotat était la seconde édition organisée par le Groupe La Provence dans le cadre de la DSP signée jusqu'en 2026.

3.1. Les recettes

Le chiffre d'affaires hors billetterie est de 469 k€. La recette billetterie s'élève à 45 k€. Ce chiffre est inférieur au prévisionnel de -11%.

3.2. Les charges

Les charges d'exploitations (Hors charges de personnels) s'élèvent à 1060k et sont en baisse de - 4 % vs le prévisionnel.

Le budget nécessaire à la libération et à la mise en conformité des pontons est de 135 K€, en hausse de +20 % vs le prévisionnel. La location de la grue s'est avérée inférieure à nos prédictions mais les redevances portuaires et les frais de mouillage ont été plus élevées.

Les charges d'exploitation sont en baisse de -18% vs le prévisionnel. Les économies ont été réalisées sur les frais de réception 20 K€ au budget vs 7 K€ et les assurances 34 K€ vs 8 K€ au réel. Les charges de communications sont elles en hausse de +4 %.

3.3. Synthèse

Les comptes de résultats des charges et des recettes permettent donc d'atteindre le résultat équilibré envisagé.

3.4. Bilan/Compte d'exploitation 2023



KPMG S.A.
480 avenue du Prado
CS 90303
13269 Marseille Cedex 08

LA PROVENCE S.A.

Attestation du co-commissaire aux comptes de LA PROVENCE sur le compte rendu financier du Salon Les Nauticales - Edition 2023 - communiqué dans le cadre de la Délégation de service public pour l'organisation et l'exploitation du salon nautique confiée par la Métropole Aix-Marseille-Provence

Exercice clos le 31 décembre 2023
LA PROVENCE S.A.
248, Avenue Roger Salengro - 13015 Marseille

KPMG S.A., société d'expertise comptable et de commissaires aux comptes inscrite au Tableau de l'Ordre des experts comptables de Paris sous le n° 14-30080101 et rattachée à la Compagnie régionale des commissaires aux comptes de Versailles et du Centre.
Société française membre du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »).

Société anonyme à conseil d'administration
Siège social :
Tour EQHO
2 avenue Gambetta
CS 60055
92096 Paris La Défense Cedex
Capital social : 5 497 100 €
775 726 417 RCS Nanterre



KPMG S.A.
480 avenue du Prado
CS 90303
13269 Marseille Cedex 08

LA PROVENCE S.A.

248, Avenue Roger Salengro - 13015 Marseille

Attestation du co-commissaire aux comptes de LA PROVENCE sur le compte rendu financier du Salon Les Nauticales - Edition 2023 - communiqué dans le cadre de la Délégation de service public pour l'organisation et l'exploitation du salon nautique confiée par la Métropole Aix-Marseille-Provence

Exercice clos le 31 décembre 2023

Monsieur le Président Directeur Général,

1

En notre qualité de co-commissaire aux comptes de LA PROVENCE et en réponse à votre demande, nous avons établi la présente attestation sur les informations financières du compte rendu financier du salon nautique dénommé « Les Nauticales » - Edition 2023 - figurant dans le document dénommé « Compte d'exploitation », ci-joint et établi dans le cadre du contrat de délégation de service public signé en date du 8 juillet 2021 pour l'organisation et l'exploitation du salon nautique de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

Ce document, initialisé aux seules fins d'identification, fait ressortir un montant de dépenses et de recettes de montants équivalents de €.1 240 415.

Ces informations ont été établies sous votre responsabilité.

Il nous appartient de nous prononcer sur la concordance de ces informations avec les données sous-tendant la comptabilité telles que, notamment, la comptabilité analytique.

En revanche, il ne nous appartient pas de nous prononcer sur la pertinence des pourcentages des temps de travail affectés pour déterminer les charges de personnel.

Nos travaux, qui ne constituent ni un audit ni un examen limité, ont été effectués selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention. Ces travaux ont consisté, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, à :

- prendre connaissance des procédures mises en place par LA PROVENCE pour produire les informations données dans le document joint et vérifier que les informations résultant de l'application de ces procédures concordent avec les données sous-tendant la comptabilité de LA PROVENCE ;

KPMG S.A., société d'expertise comptable et de commissaires aux comptes inscrite au Tableau de l'Ordre des experts comptables de Paris sous le n° 14-30080101 et rattachée à la Compagnie régionale des commissaires aux comptes de Versailles et du Centre. Société française membre du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« a private company limited by guarantee »).	Société anonyme d'administration Siège social : Tour EQHO, 2 avenue Gambetta CS 60055 92088 Paris La Défense Cedex Capital social : 5 497 100 € 775 728 417 RCS Nanterre
--	---



- vérifier la concordance de ces informations, telles qu'elles figurent dans le document joint, avec les données internes de LA PROVENCE en lien avec la comptabilité, telles que notamment, la comptabilité analytique ;
- vérifier la concordance des charges d'aménagement du salon et de libération du site, des charges d'exploitation et de communication avec les factures reçues ou les bons de commandes émis par LA PROVENCE en absence de réception des factures au jour de l'établissement de cette attestation ;
- rapprocher la redevance fixe mentionnée dans la rubrique « Impôts et taxes » avec l'article 17 de la convention de délégation de service public représentant la redevance d'occupation du domaine public délégué ;
- rapprocher les charges de personnel avec la déclaration sociale nominative et effectuer un contrôle arithmétique des quotes-parts des charges de personnel retenues ;
- vérifier la correcte application de la méthode de calcul de la rémunération du délégataire mentionné dans la rubrique « charges de personnel » ;
- vérifier la concordance des recettes visiteurs avec les « états quotidiens » de caisse et les inventaires physiques journaliers de la caisse ;
- vérifier la concordance des recettes de location des emplacements de bateaux et de stands avec les factures émises par la régie publicitaire exclusive de LA PROVENCE, à savoir EUROSUD PROVENCE, étant précisé que la refacturation entre LA PROVENCE et EUROSUD PROVENCE de ces prestations n'est pas encore intervenue au jour de l'émission de cette attestation ;
- vérifier la concordance des partenariats financiers avec les factures émises par la régie publicitaire exclusive de LA PROVENCE, à savoir EUROSUD PROVENCE, étant précisé que la refacturation entre LA PROVENCE et EUROSUD PROVENCE de ces prestations n'est pas encore intervenue au jour de l'émission de cette attestation ;
- rapprocher la contribution forfaitaire d'exploitation, représentant la contribution à l'équilibre du contrat, avec l'article 16 de la convention de délégation de service public ;
- vérifier l'exactitude arithmétique des informations produites.

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur la concordance des informations figurant dans le document joint avec les données sous-tendant la comptabilité telles que, notamment, la comptabilité analytique.

Cette attestation est établie à votre attention dans le contexte précisé au premier paragraphe et ne doit pas être utilisée, diffusée ou citée à d'autres fins.

LA PROVENCE S.A.

Attestation du co-commissaire aux comptes de LA PROVENCE sur le compte rendu financier du Salon Les Nauticales - Edition 2023 - communiqué dans le cadre de la Délégation de service public pour l'organisation et l'exploitation du salon nautique confiée par la Métropole Aix-Marseille-Provence

Exercice clos le 31 décembre 2023

3



Les diligences mises en œuvre dans le cadre de la présente attestation ne sont pas destinées à remplacer les enquêtes et diligences que les tiers ayant eu communication de cette attestation pourraient par ailleurs mettre en œuvre dans le cadre de cette délégation du service public, et nous ne portons pas d'avis sur leur caractère suffisant au regard de leurs propres besoins.

Marseille, le 30 mai 2023

KPMG S.A.

Joëlle Bouchard
Commissaire aux comptes

LA PROVENCE S.A.

Attestation du co-commissaire aux comptes de LA PROVENCE sur le compte rendu financier du Salon Les Nauticales - Edition 2023 - communiqué dans le cadre de la Délégation de service public pour l'organisation et l'exploitation du salon nautique confiée par la Métropole Aix-Marseille-Provence

Exercice clos le 31 décembre 2023

4

SALON DES NAUTICALES 2023
Compte d'exploitation

CHARGES	Montant CEP	Bilan 2023
Libération du site et aménagement du salon	569 791 €	556 459 €
Libération du site : mouillage	13 260 €	25 856 €
Libération du site : transport bateaux A/R	38 760 €	33 793 €
Libération du site : location grue	25 500 €	16 936 €
Libération du site : redevances portuaires	34 680 €	58 486 €
Aménagements généraux : décoration/signaletique/mobilier	46 920 €	29 648 €
Aménagements généraux : location panne mobile	52 020 €	52 964 €
Aménagements généraux : fluides, sono, réseau internet et télécom	48 960 €	31 707 €
Aménagements généraux : bungalow, barrières, clôture	22 440 €	11 685 €
Aménagements stands : structures, cloisons, moquettes	193 800 €	244 754 €
Aménagements stand Métropole AMP : équipements (son & vidéo), mobilier	10 200 €	47 113 €
Contrôles réglementaires	5 100 €	3 517 €
Surcoût transport bateau et redevance portuaire en cas d'impossibilité d'accueil port vieux de La Ciotat	78 091 €	0 €
Exploitation	285 600 €	234 822 €
Gardiennage/sécurité/SOIS	85 680 €	77 922 €
Nettoyage	28 560 €	35 028 €
Régie technique	40 800 €	44 817 €
Billetterie - logiciel de gestion	14 280 €	13 130 €
Animations et événements nautiques	51 000 €	33 684 €
Frais de réception	20 400 €	7 498 €
Assurances	33 660 €	8 000 €
Accessibilité et transport	10 200 €	12 496 €
Achat fournitures	1 020 €	1 749 €
[autres - à préciser]		
Communication - promotion - relation presse	211 140 €	218 807 €
Achat d'espaces publicitaires	91 800 €	85 290 €
Communication internet	20 000 €	16 000 €
Actions promotionnelles hors médias	21 000 €	18 462 €
Frais techniques et travaux d'impression	10 300 €	8 445 €
Honoraires	15 300 €	50 000 €
Enquête visiteurs et exposants	7 340 €	0 €
Participation Nautic de Paris	30 600 €	25 232 €
Attaché de presse	15 000 €	15 378 €
Impôts, taxes et redevance	51 000 €	50 000 €
Impôts (à préciser par le soumissionnaire)		
Taxe (à préciser par le soumissionnaire)		
Redevance fixe	51 000 €	50 000 €
[autres - à préciser]		
Charges de personnel	275 400 €	180 828 €
Charges salariales des permanents (structure permanente de coordination du salon)	193 451 €	110 630 €
Charges salariales des vacataires, saisonniers incluant les hôte(sses) d'accueil	15 343 €	18 684 €
Achat fournitures et matériel du personnel	0 €	
Rémunération du délégataire Gestion de projet - 10% du chiffre d'affaires	66 606 €	51 513 €
Réalisation des événements labélisés	15 300 €	0 €
Achat-fournitures		
Animations		
Charges liées aux manifestations		
Service de gardiennage		
Autres services extérieurs		
Salaires et charges de personnel		
Subventions versées		
Total Charges d'exploitation	1 408 171 €	1 240 415 €

PRODUITS	Montant CEP	Bilan 2023
Salon Les Nauticales	1 397 871 €	1 240 415,42 €
Recettes visiteurs	51 500	45 653
Recettes exposants		
location d'emplacements de bateaux à flot	87 550	105 215
location d'emplacements de bateaux à terre	190 550	197 842
location d'emplacements de stands couverts marchands	149 350	111 736
location d'emplacements de stands couverts non-marchands	3 090	
location d'emplacements de stands de restauration	36 050	32 753
location d'emplacements de terre-plein	4 120	
inscriptions & assurances exposants	37 080	4 525
prestations annexes	66 950	
partenariats financiers (sponsoring, mécénat, ...)	46 350	17 411
Contribution forfaitaire d'exploitation	725 281	725 281
[autres - à préciser]		
Réalisation des événements labélisés	10 300	0
Prestations techniques	0	
Partenariats financiers (sponsoring, mécénat, ...)	10 300	
[autres - à préciser]		

Total produits	1 408 171 €	1 240 415 €
RÉSULTAT	0 €	0 €

Certifié conforme à la comptabilité
Marseille le 25 mai 2023

BARES
Emeline Bares.

4. Bilan et perspectives

Les équipes du Groupe La Provence se sont mobilisées aux cotes des équipes de la Métropole Aix-Marseille Provence pour mettre en œuvre l'organisation de l'Édition 2023 du salon Les Nauticales à La Ciotat dans le cadre de la DSP.

Fort de l'expérience de l'Édition 2022, l'édition 2023 des Nauticales proposait une offre enrichie quantitativement et qualitativement. Avec plus de 50% de bateau à flots vs 2022, c'est plus 90 unités exposés sur le plan d'eau, de nombreuses innovations étaient aussi présentées au public. L'offre d'animation a elle aussi été étoffée et à nouveau rencontré un grand succès.

Les événements nationaux et les tensions sociales autour du projet de loi sur les retraites ont généré de nombreuses manifestations et une pénurie d'essence dans la région. Dans ces conditions, la fréquentation du salon a forcément été impactée, elle se situait à -18% sur toute la durée du salon par rapport à N-1.

Ce qui a eu par conséquent une diminution du chiffre d'affaires réalisé sur les entrées ainsi que celui de nos exposants. Leur constat est très mitigé sur les ventes réalisées sur cette édition. A cela, l'augmentation de 30% du prix de ventes des bateaux sur les 3 dernières années et les difficultés d'obtention de crédit par les particuliers sont aussi responsables des difficultés de ventes rencontrer par nos exposants nautiques.

L'objectif pour Les Nauticales a été dans un premier temps de renouer avec ses exposants et son public en tenant compte des évolutions du marché et des évolutions de consommations des acheteurs. Dans un second temps, l'objectif a été de s'assurer du développement du salon dans sa globalité.

Les pourparlers avec la FIN en profitant de l'annulation de l'édition 2023 du Nautic de Paris peuvent nous permettre un positionnement plus fort sur le marché des salons Nautique, avec la venue de nouveaux exposants venant compléter l'offre déjà riche.

Suite aux échanges avec la Mairie de La Ciotat et l'avis recueilli auprès de nos exposant après salon, il apparaît de manière quasi unanime la volonté de réduire la durée du salon de 9 à 6 jours.

Durée : 6 jours

Dates proposées pour la prochaine Edition : du 20 au 25 mars 2024

Edition spéciale : Les Nauticales font leur Mondial

Thème : Innovation et JO : 1 mois avant les Jeux Olympiques : Mises à l'honneur des sports et des sportifs, de l'emploi, de la formation et de l'économie

Objectifs :

- S'associer à la FIN et récupérer es parts de marché suite à l'annulation du Nautic
- Profiter du rendez-vous des Nauticales pour effectuer les reveals des nouveautés bateaux
- Renforcer la communication dans le Var en baissant celle sur Paris et Lyon.
- Exposer + de voiliers

Contacts

Déléataire :

Groupe La Provence
248, avenue Roger Salengro
13015 Marseille
Tel : 04 91 84 45 45
Mail : lesnauticales@laprovence.com

5. Annexes

5.1. Compte-rendu event

Déclinaison des visuels à [Identité visuelle](#)

Détail du plan médias : [Plan Médias](#)

Outils de relations presse (CP, DP, NL, Invitations)

- Invitations :
- CP 1 : <https://www.lesnauticales.fr/communiqué-de-presse-1/>
- CP 2 : <https://www.lesnauticales.fr/communiqué-de-presse-2/>
- CP 3 : <https://www.lesnauticales.fr/communiqué-de-presse-3/>
- DP 1 : <https://www.lesnauticales.fr/dossier-de-presse-1/>

Outils d'aide à la commercialisation :

- [Kit de commercialisation](#)
- [Bon de participation](#)
- [Guide technique](#)
- [Page produit Salon Les Nauticales sur le site de la régie La Provence Médias](#)
- [Page produit Supplément Les Nauticales](#)
- [Page produits dérivés Les Nauticales](#)
- Vidéos hébergées sur le compte YouTube La Provence et partagée sur les fiches/pages produit, réseaux sociaux :
 - [Supplément Les Nauticales 2023](#)
 - [Produits complémentaires](#)
- Newsletters
 - Newsletter prospection commerciale
 - Emailing produit sur portefeuille existant envoyé le 09/02
 - Emailing produit Supplément Les Nauticales 2023 envoyé le 16/02 aux clients Régie LP, segmentés en fonction de leur secteur d'activité.
 - Emailing Invitation soirée exposants
 - Emailing annulation soirée exposants (pénurie carburant) envoyée le 21/03
 - Post LinkedIn : Supplément Les Nauticales 2023
 - Post organique le 21/02 sur le compte LinkedIn La Provence
 - Newsletter Exposants
 - Offres promotionnelles
 - Guide de l'exposant
 - Kit de communication

Liste des exposants Les Nauticales 2023

ASSOCIATIONS
COMITE DE PROVENCE FNPSA LES LUMIERES DE L'EXPLORATION SEA SHEPHERD
BATEAUX A FLOT
ADN LOUP DE MER AMATI YACHTS SERVICES BLEU MARINE LOCATION CAP OCEAN - SAS SB DREAM YACHT MEDITERRANEE EURO TRADE EVASION LOCATION MECA BATEAU DISTRIBUTION MEDITERRANEAN RIDERS MIDI NAUTISME MIDI NAUTISME SYS PORT D'HIVER YACHTING SAILPASSION SUD PLAISANCE YACHT MEDITERRANEE YACHTING CONSEIL ZEBOAT
BATEAUX A TERRE
AZZ YACHTING BRUNSWICK MARINE IN FRANCE HICA BOATS HOBIE CAT EUROPE JOSE MARINE KAYAK ATTITUDE MARINE LOISIRS MARSEILLE YACHTING MARTIGUES PLAISANCE MATT MARINE MEDYACHT MARSEILLE NAUTIC 2000 NAUTIC PRO SHOP NICOLAYSEN - DESCOIN VALERIE SERVAUX YACHTING TI COYO
RESTAURATION
GIGICUISINEDUSUD LA GRANDE TAVERNE DE BAVIERE

LOCO GLACES - MR ADRIEN BENDANO SAS DANCALE SAS KENZA DELICE SERGE MIGNE EVENEMENTS VERY GOOD TRUCK PARTENARIAT
ACTION AUTOMOBILE VOLVO GL EVENTS Halle des Flots Bleus ONET PRESTATIONS ANNEXES
SPL POLE NAUTISME MER ET DEVELOPPEMENT STAND COUVERT
ACCASTILLAGE DIFFUSION MARSEILLE AF2A ALLURE VOYAGES BH SERVICE CAMPUS DES INDUSTRIES NAVALES CAPITOLE FINANCE TOFINSO CAP'TAIN CHERCHEUR CAP'TAIN SKIPPER CAUCHI DESIGN CB DISTRIBUTION CIOTAT NAUTIQUE SERVICES CRAFT MARINE DISTRIBUTION CREATECH COMPOSITES DAVIA CONCEPT ECOLE DE LA MARINE DE PLAISANCE ETABLISSEMENTS POCHON EURO VOILES FISHINX LTD GAUTIER RUDDY CORDAGES INTERNATIONAL MOTORS SERVICE KAEONIT LC TRAVEL SERVICES LE LEVANTIN LES JOYEUX MARINS LITTORAL DISTRIBUTION MAIRIE DE SANARY SUR MER MARINE EXPRESS SERVICE NAUTIC 13 SERVICES OFF SHORE SERVICES OFFICE DE TOURISME DE LA CIOTAT OZO ENERGIES PARC NATIONAL DES CALANQUES / NAUTICALES PEPPER SAILS

PROFIL VOILES
PROMER
REVE DE BAMBOU
RIVIERA FIRST
RUN SERVICES
SARCH COMPOSITES
SARL CHARLES VIGNON
SOCIETE MEDITERRANEENNE MARINE INDUSTRIE
STE SEABEST LTD
STYLO EFFACE RAYURES
SUD MARINE
TEMO
TRICOT MARIN
VALEN

Tableau de ventilation des bateaux déplacés

Place d'origine	Port d'attache	Place d'accueil	Longueur	Nom bateau	SM	Longueur	Type	51	Téléphone	Mail	49	Mobile	Mail	Marque	Ville
202	BANDOL	PT26	9,10	BILALZI V	1	2,15	HE	TUGA François	06 07 01 69 77	tebure.tug@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
203	BANDOL	G003	9,20	3 EMIANOUE	1	1,30	HE	LECOINTE Jean	06 41 61 74 94		LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	CEYRETE
204	BANDOL	PT22	9,30	CASERONE	1	2,23	HE	JENNAZI Robert	06 80 79 33 42	robert.jenna@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
205	BANDOL	G001	9,30	VIEU BENO	1	2,23	HE	TALBOT Nicole	06 38 40 41 07	nicole.talbot@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
206	BANDOL	G002	9,4	VIRABUQUE	1	2,40	HE	BALLOU Jean	06 76 95 93 35	jean.ballo@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
207	BANDOL	PT28	9,4	SCHEINE	1	2,4	HE	ROBERT Adrien	06 37 27 69 10		LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
208	BANDOL	G007	9,10	JAR	1	2,38	HE	CAUQUIS Jean-Marc	06 11 74 73 33	jean-marc.cauquis@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
209	BANDOL	G009	9,6	JOY PATEL	1	2,3	HE	COLES Michel	06 09 77 14 93	mic@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
210	BANDOL	G006	9,30	BIGGA	1	2,35	M	MONTAUDO Gilbert	06 12 70 92 05	gilbert.montaud@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
211	BANDOL	A44	9,30	FLUX D'ALONCE	1	2,40	HE	BOJES Joelle	06 78 24 50 66	joelle.bojes@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
212	BANDOL	A39	9,6	3 EMIANOUE	1	2,30	HE	LUSSIER David	06 30 75 47 51	lu@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
213	BANDOL	A38	9,30	BERLUCHE	1	2,3	HE	MELCHIOR Bernard	06 09 72 33 70	bernard.melchior@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
214	BANDOL	G06	9,37	WHITE PEARL	1	2,42	M	MAZET Sylvain	06 82 42 25 17	sylvain.mazet@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
215	BANDOL	G005	9,40	BAUD	1	2,52	HE	GOUTEBESIS Roger	06 84 71 51 00	roger.gouteb@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
216	BANDOL	G007	9,40	SEMARIA	1	2,5	HE	BOUDER Eric	06 20 28 89 88	eric.boud@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
217	BANDOL	G013	9,40	HOLABER	1	2,3	HE	SECHIAUX Roger	06 45 25 55 30	roger.sechiaux@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
218	BANDOL	G004	9,40	SAUD	1	2,4	HE	LEOTER Yves	06 83 17 70 48	yves.leot@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
219	BANDOL	G017	9,5	ATANTIDE	1	2,64	M	MICHEL Adrien	06 44 48 18 05	adrien.michel@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
220	BANDOL	G008	9,5	CHATELAIN	1	2,6	HE	CHATELAIN Jacques	06 45 28 24 04	jacques.chatelain@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
221	BANDOL	G010	9,50	JOYE	1	2,52	M	LOUBAT Philippe	06 42 05 10 44	philippe.loubat@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
222	BANDOL	G011	9,50	JOYE	1	2,52	M	BENSAL Sébastien	06 20 37 14 19	sebastien.bensal@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
223	BANDOL	G003	9,60	CARRE	1	2,8	M	VASSOUX Jean	06 44 35 54 45	jean.vassou@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
224	BANDOL	G010	9,6	WODUW	1	2,55	M	SULTAN Jean-Pierre	06 20 30 48 37	jean-pierre.sultan@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
225	BANDOL	G011	9,60	TONIO	1	2,5	M	FOURNIER Antoine	07 40 24 30 40	antoine.fournier@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
226	BANDOL	G012	9,60	VALLETTE Richard	1	2,5	HE	VALLETTE Richard	06 79 07 02 70	richard.vallette@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
227	BANDOL	G014	9,60	BRUGA	1	2,5	HE	ROUSSET-RUVIERE Bruno	06 12 48 11 10	bruno.rousset@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
228	BANDOL	G015	9,60	KARRY II	1	2,42	M	HENRY Maurice	06 11 21 29 41	maurice.henry@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
229	BANDOL	G016	9,60	CHATELAIN	1	2,5	HE	SAUNDERS David	06 12 48 11 10	david.saunders@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
230	BANDOL	G017	9,60	THIO	1	2,5	HE	POYET Jean-Pierre	06 86 30 54 18	jean-pierre.poyet@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
231	BANDOL	G020	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	FRANCA Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.franca@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
232	BANDOL	G021	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
233	BANDOL	G022	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
234	BANDOL	G023	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
235	BANDOL	G024	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
236	BANDOL	G025	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
237	BANDOL	G026	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
238	BANDOL	G027	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
239	BANDOL	G028	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
240	BANDOL	G029	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
241	BANDOL	G030	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
242	BANDOL	G031	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
243	BANDOL	G032	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
244	BANDOL	G033	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
245	BANDOL	G034	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
246	BANDOL	G035	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
247	BANDOL	G036	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
248	BANDOL	G037	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
249	BANDOL	G038	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
250	BANDOL	G039	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
251	BANDOL	G040	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
252	BANDOL	G041	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
253	BANDOL	G042	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
254	BANDOL	G043	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
255	BANDOL	G044	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
256	BANDOL	G045	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
257	BANDOL	G046	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
258	BANDOL	G047	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
259	BANDOL	G048	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
260	BANDOL	G049	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
261	BANDOL	G050	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
262	BANDOL	G051	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
263	BANDOL	G052	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
264	BANDOL	G053	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
265	BANDOL	G054	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
266	BANDOL	G055	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
267	BANDOL	G056	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
268	BANDOL	G057	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
269	BANDOL	G058	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
270	BANDOL	G059	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
271	BANDOL	G060	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
272	BANDOL	G061	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
273	BANDOL	G062	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
274	BANDOL	G063	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY Marie-Antoinette	06 23 38 17 38	marie-antoinette.deffy@orange.fr	LECOINTE Christophe	06 32 00 09 03	ecolp@orange.fr	Beretta	MARSEILLE
275	BANDOL	G064	9,60	DEFFY	1	2,5	HE	DEFFY							

Place d'origine	Port d'attache	Place d'arrivée	Longueur	Nom bateau	Stm	Longeur	Type	51	Téléphone	Mail	49	Mobile	Mail	Marque Modèle	Ville
350	F Océan	258	8,0	COULET *	2,50	HS	AUBERT André	06 43 71 89 50	andre.aubert@netel.com	AUBERT André-Frédéric (Rth)	06 59 36 05 00		Goussier		CHARENTÉ
352	F Océan	259	8,0	LEO	2,50	HS	BERNARD Jean-Etienne	06 59 36 05 00	bernard.bernard@netel.com	BERNARD Jean-Etienne	06 59 36 05 00		Bertrand Antares 360		LA COTTE
353	F Océan	260	7,0	SOLAFAT Georges	2,50	HS		06 59 36 05 00	solafat@netel.com				Frederick Horizon 350		LA COTTE
359	F Océan	261	8,0	POISSON	2,50	HS	AUBERT Guy	06 59 36 05 00	guy.aubert@netel.com				Bertrand Antares 360		LA COTTE
365	F Océan	262	8,0	FOURMONT Jean-François	2,50	HS		06 59 36 05 00	fourmont@netel.com	AUSOUP Jean-François	06 59 36 05 00		Antares 360		LA COTTE
367	F Océan	263	8,0	CAU	2,50	HS	BINI Christian	06 59 36 05 00	christian.bini@netel.com	CAU Christian	06 59 36 05 00		Antares 360		LA COTTE
368	F Océan	264	8,0	GREEN ISLAND-YOH	2,50	HS	VEILLELE-KOTHIK Jean	06 59 36 05 00	jean.veillele@netel.com	LIARDI Thomas	06 59 36 05 00		Antares 360		LA COTTE
369	F Océan	265	8,0	CHEROUX	2,50	HS	FERREIRA Philippe	06 59 36 05 00	philippe.ferreira@netel.com				Antares 360		LA COTTE
370	F Océan	266	8,0	FAVIER	2,50	HS	VILLEMAGNE Marc	06 59 36 05 00	marc.villemagne@netel.com	VILLEMAGNE Marc	06 59 36 05 00		Antares 360		LA COTTE
371	F Océan	267	8,0	LA SAINTOISE	2,50	HS	GAZIER Philippe	06 59 36 05 00	philippe.gazier@netel.com				Antares 360		LA COTTE
372	F Océan	268	8,0	CHEROUX	2,50	HS	LAURENT Jean	06 59 36 05 00	jean.laurent@netel.com				Antares 360		LA COTTE
373	F Océan	269	8,0	MAZEL	2,50	HS	BRUNET Christian	06 59 36 05 00	christian.brunet@netel.com				Antares 360		LA COTTE
374	F Océan	270	8,0	CARP BANDO	2,50	HS	ORTIZ Roger	06 59 36 05 00	roger.ortiz@netel.com	ORTIZ Roger	06 59 36 05 00		Antares 360		LA COTTE
375	F Océan	271	8,0	LEZARD	2,50	HS	ASSENZIO Patrick	06 59 36 05 00	patrick.assenzio@netel.com				Antares 360		LA COTTE
376	F Océan	272	8,0	CARVALHO	2,50	HS	RUBADO André	06 59 36 05 00	andre.rubado@netel.com	ORTIZ Degrès / Frédéric	06 59 36 05 00		Antares 360		LA COTTE
377	F Océan	273	8,0	CHEROUX	2,50	HS	FABIAN Patrick	06 59 36 05 00	patrick.fabian@netel.com				Antares 360		LA COTTE
378	F Océan	274	8,0	MAISON	2,50	HS	BLANCHARD Jean	06 59 36 05 00	jean.blanchard@netel.com				Antares 360		LA COTTE
379	F Océan	275	8,0	MAISON	2,50	HS	SADOUX Mathieu	06 59 36 05 00	mathieu.sadoux@netel.com				Antares 360		LA COTTE
380	F Océan	276	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
381	F Océan	277	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
382	F Océan	278	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
383	F Océan	279	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
384	F Océan	280	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
385	F Océan	281	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
386	F Océan	282	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
387	F Océan	283	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
388	F Océan	284	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
389	F Océan	285	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
390	F Océan	286	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
391	F Océan	287	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
392	F Océan	288	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
393	F Océan	289	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
394	F Océan	290	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
395	F Océan	291	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
396	F Océan	292	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
397	F Océan	293	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
398	F Océan	294	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
399	F Océan	295	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
400	F Océan	296	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
401	F Océan	297	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
402	F Océan	298	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
403	F Océan	299	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
404	F Océan	300	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
405	F Océan	301	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
406	F Océan	302	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
407	F Océan	303	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
408	F Océan	304	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
409	F Océan	305	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
410	F Océan	306	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
411	F Océan	307	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
412	F Océan	308	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
413	F Océan	309	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
414	F Océan	310	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
415	F Océan	311	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
416	F Océan	312	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
417	F Océan	313	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
418	F Océan	314	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
419	F Océan	315	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
420	F Océan	316	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
421	F Océan	317	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
422	F Océan	318	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
423	F Océan	319	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
424	F Océan	320	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
425	F Océan	321	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
426	F Océan	322	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
427	F Océan	323	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
428	F Océan	324	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
429	F Océan	325	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
430	F Océan	326	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
431	F Océan	327	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
432	F Océan	328	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
433	F Océan	329	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
434	F Océan	330	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
435	F Océan	331	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
436	F Océan	332	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
437	F Océan	333	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
438	F Océan	334	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
439	F Océan	335	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
440	F Océan	336	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
441	F Océan	337	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
442	F Océan	338	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
443	F Océan	339	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
444	F Océan	340	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
445	F Océan	341	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
446	F Océan	342	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
447	F Océan	343	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
448	F Océan	344	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
449	F Océan	345	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
450	F Océan	346	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
451	F Océan	347	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00	maison@netel.com				Antares 360		LA COTTE
452	F Océan	348	8,0	MAISON	2,50	HS	MAISON	06 59 36 05 00							

5.2. Compte-rendu qualitatif

Enquête exposants :

- Formulaire : <https://la-provence.typeform.com/exposants2023>
- Réponses : [Enquête de satisfaction Exposants Les Nauticales 2023 \(typeform.com\)](https://la-provence.typeform.com/report/Zqlvk1Ke/rOQiuMpQDCY0hRNI)

Enquête visiteurs :

- Formulaire : <https://la-provence.typeform.com/visiteurs2023>
- Réponses : <https://la-provence.typeform.com/report/Zqlvk1Ke/rOQiuMpQDCY0hRNI>

5.3. Compte-rendu financier

Attestation du Commissaire aux Comptes relative aux comptes d'exploitation du salon nautique Les Nauticales 2022 : [LP - Attestation Nauticales.pdf](#)

Formation du chiffre d'affaires (grille tarifaire, CA exposants par catégorie, frais d'inscription, associations, restauration, exposants et date d'inscription) : [Pointage CA.pdf](#)

5.4. Organisation

Détails effectifs et organigramme fonctionnel mis en œuvre pour l'organisation du salon

Conception, installation, agencement du salon

→ Service évènementiel, Commissariat Général du Salon

Gestion de la zone d'accueil

→ Service évènementiel, Commissariat du Salon

Commercialisation des espaces à terre, à flot et des partenariats

→ Service Marketing, Service Commercial Régie

Promotion, Communication, Relations Presse

→ Service Marketing, Service Communication

Relations partenaires, veille, marketing Produit, offres et billetterie

→ Service Marketing

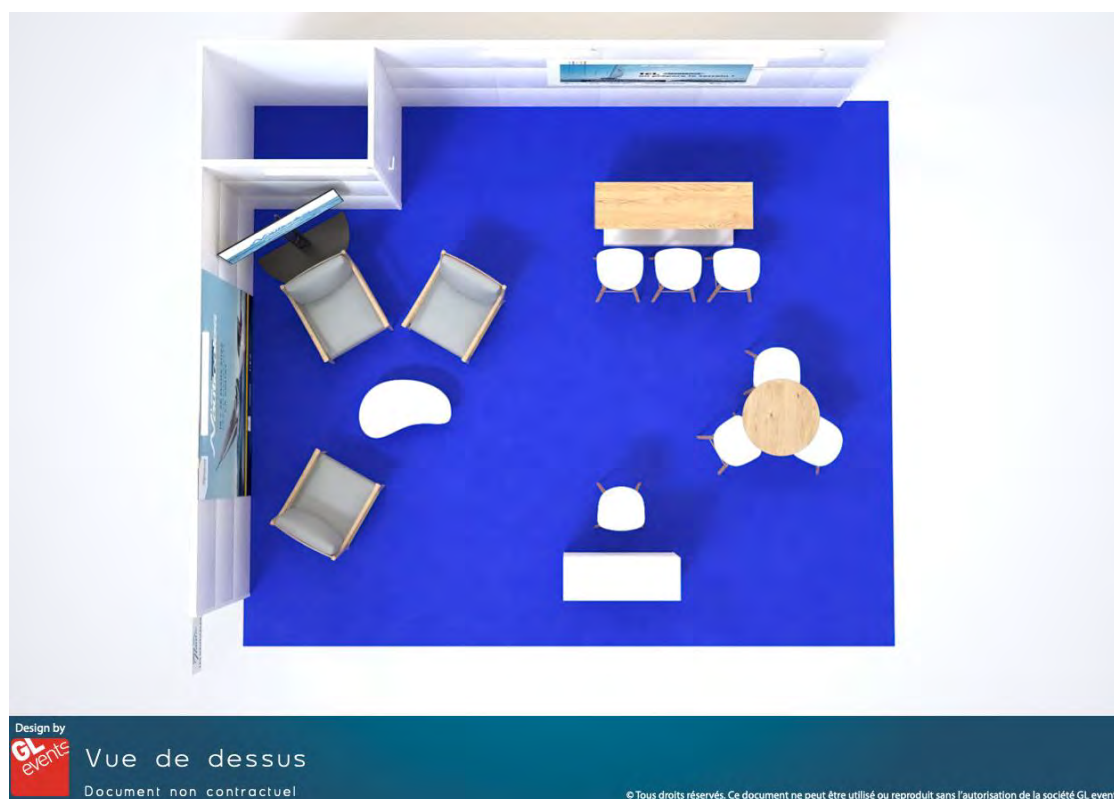
Dispositif éditorial Mer Annuel

→ Rédaction La Provence

5.5. Nautic Paris

Habillage du stand : [Nautic Paris](#)





Les photos du stand des Nauticales : [Photos Stand](#)

5.6. Contrats d'assurance

Lien vers les deux contrats d'assurance souscrites : [Assurance](#)

5.7. État des sinistres

Pour cette édition 2023 des Nauticales, 3 sinistres bateaux ont été signalé :

- Bateau « Encore Nous »
- Bateau « Iron » de la société HICA BOATS
- Bateau « SEAWALKER FIART 35 »