

RAPPORT ANNUEL DE DÉLÉGATAIRE

LES NAUTICALES 2024
du 20 au 25 mars 2024

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



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 2024 : 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.....	4
1.1.3. Les actions hors médias & marketing.....	8
1.1.4. Les relations presse.....	9
1.1.5. Les partenariats médias.....	11
1.2. LA COMMERCIALISATION ET LES PARTENARIATS.....	14
1.2.1. Les ventes 2024.....	14
1.2.2. Les exposants 2024.....	14
1.2.3. Chiffre d'affaires exposants.....	15
1.2.4. Les Partenariats 2024.....	15
1.2.4. Mise en place de la commercialisation.....	16
1.2.5. Les exposants à flot et à terre.....	16
1.2.6. Liste des bateaux présentés à flot au Nauticales 2024.....	18
1.2.7. Les restaurants.....	20
1.3. LES AMENAGEMENTS ET L'EXPLOITATION DU SALON.....	21
1.3.1. Libération du site.....	23
1.3.2. Aménagements généraux.....	24
1.3.3. Services.....	26
1.4. LE VISITORAT.....	29
1.4.1. Les chiffres globaux.....	29
1.4.2. Évolution des entrées payantes par tarif.....	29
1.4.3. Provenance des visiteurs.....	30
1.4.3. Segmentation du visitorat.....	30
1.5. LES ANIMATIONS.....	32
2. BILAN QUALITATIF DES NAUTICALES 2024.....	35
2.1. LA COMMUNICATION ET LES RELATIONS PRESSE.....	35
2.1.1. La Communication.....	35
2.2. LA COMMERCIALISATION : PERCEPTION DES EXPOSANTS.....	39
2.4. LES RETOURS DES VISITEURS.....	43
3. BILAN FINANCIER DES NAUTICALES 2023.....	50
3.1. LES RECETTES.....	50
3.2. LES CHARGES.....	50
3.3. SYNTHÈSE.....	50
3.4. BILAN/COMPTE D'EXPLOITATION 2023.....	51
5. ANNEXES.....	58
5.1. COMPTE-RENDU EVENT.....	58
5.2. COMPTE-RENDU QUALITATIF.....	64
5.3. COMPTE-RENDU FINANCIER.....	64
5.4. ORGANISATION.....	64
5.6. CONTRATS D'ASSURANCE.....	64
5.7. ÉTAT DES SINISTRES.....	64

0. Préambule

Pénaliser par la pénurie de carburant lors de l'édition 2023. Le choix a été porté de réduire la durée du salon à 6 jours en la standardisant sur les autres salons nautiques. 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 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 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 2024 : 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 21^{ème} édition du salon Les Nauticales, le Groupe La Provence a fait appel à son studio graphique pour réaliser l'affiche 2024.

L'objectif de cette identité visuelle était de :

- Mettre en avant la décarbonation.
- Opter pour un voilier sportif pour évoquer les Jeux Olympiques.
- Attirer un public cible fidèle à l'événement.
- Capitaliser sur l'actualité nautique en France et sur le territoire métropolitain pour susciter l'intérêt.
- Conférer de la crédibilité au salon, profitant de l'annulation des Nautic de Paris, et jouer sur la qualité graphique.

Entre fin septembre et fin décembre, de nombreuses propositions ont été présentées au délégataire. Leur nombre élevé s'explique par les différentes pistes envisagées par ce dernier.



Mettre en avant le logo avec sa baseline « Les Nauticales, la mer passionnément » est essentiel pour une communication claire sur le salon nautique, tout en préservant la fidélité des adeptes de la marque.

Le voilier central dans l'image est soigneusement sélectionné pour incarner l'esprit sportif et dynamique de l'événement, notamment en cette année des Jeux Olympiques en France. Son design élancé et ses voiles tendues suggèrent la vitesse et l'aventure, évoquant l'atmosphère des Jeux et mettant en avant la compétition et l'excellence sportive. Cette focalisation sur le voilier donne

l'impression que l'événement est axé sur les passionnés de nautisme, tout en faisant référence aux aspects écologiques de la plaisance, une dimension de plus en plus présente sur Les Nauticales.

Les couleurs utilisées renforcent cette impression : le bleu profond du ciel et de l'eau évoque l'océan, l'aventure et la liberté, tandis que le blanc éclatant du voilier contraste avec le bleu, soulignant sa pureté et son dynamisme. Le jaune vif, couleur dominante, symbolise l'énergie, la vitalité et l'optimisme, invitant le public à participer à cet événement nautique festif et joyeux. Cette teinte peut également rappeler le soleil, la lumière et la chaleur, renforçant l'idée de moments agréables passés sur l'eau.

En intégrant clairement les partenaires de l'événement, ainsi que les logos de presse spécialisée, Les Nauticales ajoutent une dimension de crédibilité et de force à l'événement, grâce aux soutiens de la communauté nautique et à l'élargissement de son audience.

La présence des dates de l'événement, clairement affichées sur l'affiche, informe le public sur le moment opportun pour participer. Quant au lieu, La Ciotat, il offre un cadre pittoresque et emblématique pour ce rendez-vous, mettant en valeur la magnifique baie et offrant une expérience maritime inoubliable aux visiteurs.

1.1.2. Le plan médias

Cf. Plan médias en annexe

Cf. Déclinaisons de visuels en annexe

L’AFFICHAGE

AFFICHAGE PRINT – 1 365 faces – Entre le 27 février et le 19 mars 2024

- 336 faces de 8m2 à Marseille, Aix-en-Provence, Nice.
- 781 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.
- 40 faces 100x83 sur les arrières de bus de Martigues
- 40 faces 100x83 sur les arrières de bus de Aubagne
- 300 faces 36x54 sur les fonds de rame métro Marseille
- 60 faces 2m² sur le réseau de la ville de La Ciotat

AFFICHAGE DIGITAL

AFFICHAGE AEROPORT

- Dooh Aéroport à Lyon et Nice, entre le 17 février et le 10 mars 2024

AFFICHAGE GARE

- Dooh Gare de Lyon (Paris), entre le 23 février et le 26 février 2024

LA PRESSE

PRESSE SPÉCIALISÉE

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

LA PROVENCE (toutes éditions) – 418 475 € : du 14 janvier au 27 mars

- 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
- 3 Pages dans Version Femina
- Supplément Les Nauticales

LA RADIO

- 393 spots de 30 secondes sur les radios suivantes : Radio Star, Chérie FM, NRJ, Nostalgie, Radio Camargue, RFM et Virgin
Entre le 13 au 24 mars 2024

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

Vidéos TIKTOK

- 30 vidéos réalisées ET publiées durant le salon
- 150 000 vues
- 80 000 visiteurs uniques

Témoignage Actunaute visiteur

- Rencontre et ITW d'un Actunaute qui parle du salon. Publication à venir

Vidéos Facebook

- 27 vidéos réalisées et publiées durant le salon
- 190 000 vues
- 126 000 visiteurs uniques

Articles ActuNautique

- 31 articles publiés avant et pendant salon (encore 5-6 à venir)
- 118 000 vues
- 83 700 lecteurs uniques

Vidéos YouTube

- 26 vidéos courtes montées et publiées pendant et après-salon. 12000 vues. Audience de long terme : longue traîne

- Une dizaine de vidéos longues réalisées tout au long du salon, programmées pour les 15 jours à venir.
 - o LeBonCoin.fr
 - Dates : Du 20 février au 25 mars
 - Nombres d'impressions : 1 073 915
 - Clics : 10 143
 - Taux de clic : 0,94%

LA PROVENCE DIGITAL

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

- Demi sur Laprovence.com - 122 815 impressions
- Megabanner sur Laprovence.com - 148 917 impressions
- Habillage sur Laprovence.com – 52 171 impressions
- Interstitiel sur l'application mobile de La Provence – 107 656 impressions

LES E-MAILING

- 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 :

1 613 abonnés

- Exploitation sur la période du 20 décembre 2024 – 28 mars 2024
- 23 publications
- 26 stories pendant l'événement

Facebook :

6,4K abonnés

- Exploitation sur la période du 7 décembre 2024 – 28 mars 2024
- 119 publications
- Toutes les stories Instagram ont été repartagées sur Facebook

Remarques au déléataire :

Le nombre de publications a diminué pour cette 21ème édition en raison de problèmes de récupération des comptes réseaux sociaux et d'un retard dans la validation l'identité graphique.

Campagnes sponsorisées :

- Budget Total : 15500€

35 849 impressions

- 1 campagne LinkedIn : Devenez exposant
 - Nombre de clics : 615
 - Durée : 7 jours (Du 10 au 17 février)
 - Budget : 1000€

617 129 impressions

- 1 campagnes Facebook et LinkedIn: Conférences
 - Nombre de clics : 4 218
 - Durée : 7 jours (Du 16 au 23 mars)
 - Budget :

2000€

617 129 impressions

- 1 campagne Méta : Les Nauticales (Billetterie)
 - Nombre de clics : 4 218
 - Durée : 7 jours (Du 16 au 23 mars)
 - Budget : 2000€

Campagnes sponsorisées :

Budget : 13 500€

- 1 campagne Méta
 - Nombre d'impression : 186 607 + 374 489 + 617 129 + 35 849
 - Nombre de clics : 5 440
 - Durée : Du 26 février au 17 mars
- 1 campagnes Google
 - Nombre d'impression : 83 944
 - Nombre de clics : 514
 - Durée : Du 26 février au 17 mars
- 2 campagnes SMS : Destination Les Nauticales

- Nombre de SMS envoyés : 9 750
- Taux d'ouverture : 82%

Remarques au délégataire :

Le nombre de clics a diminué pour cette édition. Cette tendance s'explique notamment par une volonté de ciblage précis, notamment d'intentionniste d'achat et de personnes portant un fort attrait pour le nautisme.

SITE INTERNET OFFICIEL : WWW.LESNAUTICALES.FR

Pour l'édition 2024, 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
 - Mise en avant des ambassadeurs et parrains et de leurs activités sur le salon
 - Présentation du programme du salon avec ses conférences et ses temps forts
 - 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.

- 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 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 abonnés 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 Teaser Les Nauticales 2023
- Visuels pour les supports de communication print et digital
- Newsletters prospection commerciale
- Newsletter Invitation soirée exposants
- 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, Recherche de parrain et ambassadeurs « mediacable » / thématiques des espaces du salon.

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 :

- Bateaux.com
- **BFM TV NATIO**, Remy Pelletier Émission Un monde Bleu
- BFM Marseille
- Côte & Pêche
- fanyacht
- France bleu Provence
- France 3 méditerranée
- Gomet'
- La Marseillaise
- La Provence
- Le Var information
- Maritima médias
- Moteur Boat Magazines
- mr.boat.off
- peche.com
- pneuboat.com
- Radio JM

- Radio Sainte Baume
- Semirigide.fr
- Spotymag by spotyride
- Var-matin / Nice-matin

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 à l'inauguration du salon Les Nauticales (envoi le 6 mars)

COMMUNIQUÉS DE PRESSE

LISTES DE DIFF en annexe

15 décembre : save the date annonce date 2024 et durée réduite

19 février 2024 : J-30 ouverture billetterie, parrain et ambassadeurs

6 mars 2024 : J-15 Invitation conférence d'ouverture et inauguration.

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

Conférence d'ouverture Les Nauticales.

Médias présents : BFM Marseille (émission fil rouge), Côte & Pêche, France bleu Provence, Gomet', La Marseillaise, La Provence, Le Var information, Maritima médias, Moteur Boat Magazines, Radio JM , Radio Sainte Baume

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

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, tables de jeu Pasino etc. à disposition à tout moment de la journée.

PHOTOGRAPHE OFFICIEL DE L'ÉVÉNEMENT

Yohan Brandt était le photographe officiel du salon.

Toutes les photos et vidéo 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.

1.1.5. Les partenariats médias

Comme pour les deux dernières éditions, il était nécessaire d'exploiter les organes de presse afin de susciter l'intérêt par d'autres levier.

C'est pourquoi les partenariats suivants ont été reconduits cette année, répondant ainsi aux objectifs spécifiques de l'édition : attirer les CSP+ et les passionnés du secteur nautique.

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'évènement 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
- Possibilité d'organiser un 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'évènement :

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

Pendant l'évènement :

- 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 :

- À 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 2024 et tout au long de la semaine qui précèdera la manifestation et jusqu'au 25 Mars 2024
- La manifestation sera labélisée « Événement France Bleu Provence » par les animateurs lors des annonces et des interviewes.
- Nous organiserons 3 interventions par téléphone d'une durée de 2 à 3 minutes. Les chroniques concernées seront :
 - 1 « Stade Bleu Provence » le 17 mars à 18h15
 - 2 « C'est la vie en Provence » le 20 mars à 6h50
 - 3 « 100% Provence » le 22 mars à 17h30
- Journée fil rouge avec mael.lerner@radiofrance.com
- Journée emploi avec fabrice.marion@radiofrance.com + mael.lerner@radiofrance.com
- À annoncer la manifestation sur le site internet de France Bleu Provence
- À organiser des jeux sur l'antenne de France Bleu Provence pour offrir les dotations misent à disposition par le partenaire : 40 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 + 1 journée emploi avec Fabrice Marion
- 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 40 invitations -à mettre à la disposition de France Bleu Provence les invités nécessaires à la réalisation des émissions
- À diffuser la bande son mise à disposition par France Bleu Provence et à prendre en charge les frais/droits sacem
- À diffuser dans La Provence le visuel transmis par France Bleu Provence à J-4 de la journée fil rouge
- À prendre en charge les frais techniques liés à la journée fil rouge de France Bleu Provence

ACTUNAUTIQUE

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.

- Couverture du salon de type direct, entre des vidéos type REEL (Facebook, Instagram, Tiktok) publiées en temps réel.
- Reportages montés publiés sous 24h00, dans le cadre de nos émissions Eco Yachting, BateauScopie, Zone Technique. Les reportages sont repris sur ActuNautique.com, et diffusés sur YouTube, Facebook et Tiktok.
- Réalisation / publication de :
 - 35 REELS minimum
 - 25 REPORTAGES minimum

- Publication prioritaire de vos CP sur ActuNautique avant salon (+ réseaux sociaux).
- Présence sur salon du 19 mars fin journée au 24 mars 14h00

DIVERTO

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.

- Associé à la projection événementiel du film Flo, ce partenariat nous apporte une visibilité en pleine page toutes éditions (4.6M de lecteurs / 3.2M d'exemplaires)
- Une animation éditoriale sur leur site (2M de VU)

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.

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 2024

CA Exposants : 445 000 € vs 414 793 € en 2023

CA Association : 3 500 € vs 2 800,00 € en 2023

CA Restauration : 32 288 € vs 32 753€ en 2023

CA Partenariats : 40 700 € vs 31 150 € en 2023

CA Billetterie : 35 102 € vs 45 653 € en 2023

CA TOTAL hors billetterie : 522 325 € vs 469 482 € en 2023

CA TOTAL avec billetterie : 557 427 € vs 515 134 € en 2023

1.2.2. Les exposants 2024

100 exposants en 2024 vs 90 exposants en 2023

- 42 exposants bateaux
- 37 d'exposants nautisme hors bateaux (services, équipements, sport de glisse...)
- 11 restaurations
- 5 associations
- 5 partenaires

Leur provenance :

- **49 % des Bouches-du-Rhône**, vs 56% en 2022
- **22 % des départements limitrophes (06 et 83)**, vs 26% en 2022
- **25 % autres départements** vs 14% en 2022
- **2 % d'étrangers** vs 4% en 2022

Nous pouvons remarquer une diminution du pourcentage de provenance des exposants du département des Bouches-du-Rhône compensé par une hausse des exposants des autres départements.

1.2.3. Chiffre d'affaires exposants

STANDS	FACTURATION 2024	OBJECTIFS 2024
A flot	84 926 €	87 550 €
A terre	221 935 €	190 550 €
Stands couverts	138 976 €	149 350 €
Restauration	32 288 €	36 050 €
Associations	3 500 €	3 000 €
Partenariats	40700 €	72 093
TOTAL CA	522325€	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 2024

Au-delà des partenariats médias, Les Nauticales 2024 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 (9000 € 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 1 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)
- **Casino PleinAir (5000 € HT)**
Positionnement d'une table de jeux dans l'espace VIP.
Positionnement des oriflammes à l'entrée.
Apposition du logo Casino Plein Air sur les communications de l'événement (journal, carré VIP)
Pleine page dans le supplément
- **BMW (4000€ HT)**
1 Page sur le supplément ; Visibilité sur la communication de l'évènement.
Et exposition de différents modèles

PARTENARIATS EN ECHANGE MARCHANDISES

- **MOXY (700€ HT)**
Dotation 3 nuitées d'hôtel au Moxy La Ciotat attribuée aux partenaires et à l'organisation du salon en échange de visibilité sur la communication de l'événement.
Visibilité dans le supplément Les Nauticales (½ page) et logo sur le site internet
- **HÔTEL ROSE THÉ (4 091€ TTC)**
Dotation de 7 nuitées (attribuées à nos ambassadeurs) en échange d'encarts publicitaires dans le supplément et supplément. Et un ¼ de page sur le journal édition Marseille
Visibilité dans le supplément Les Nauticales (½ page) et sur le site internet.
- **TOUT EN GAZON (3 300€ HT)**
L'allocation de plantes et d'éléments de décoration a contribué à améliorer l'esthétique du salon et habiller les zones grises de cette édition et de l'image du salon en général. Mise en avant ¼ de page en édition Marseille et des invitations pour le salon
Visibilité dans le supplément Les Nauticales (1 page) et sur la PLV sur le salon.

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 à eau en échange de visibilité sur l'événement

1.2.4. Mise en place de la commercialisation

Pour cette troisième édition organisée par le Groupe la Provence, l'activité commerciale a débuté mi-octobre.

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 2 entrées avec un sens de circulation repensé permettant aux visiteurs de découvrir l'ensemble du salon en déambulation. A été ajoutée cette année une panne centrale afin de dynamiser la digue des capucins.

LES BATEAUX A FLOT

Bateaux commerciaux présentés en public :

-104 bateaux en 2018

-117 bateaux en 2019

-81 bateaux neufs en 2022 et 27 occasions

-80 bateaux neufs en 2023 et 24 occasions

-90 bateaux neufs en 2024 et 10 occasions

De belles unités moteurs et voiliers sont venus cette année. Des bateaux de beaux standing qui offrent un panel complet et variés de bateaux neufs aux visiteurs.

La présence des grands chantiers français comme Beneteau, Jeanneau est un plus ceci grâce aux concessionnaires dynamiques dans le secteur. A noter également un bon nombre de marques étrangères comme Bavaria, Hanse, Dehler, Greenline, Aprea, Rio Yachts, Focus, De Antonio Yachts, Parker, Salpa, Rand Boats, Pardo Yachts.

La quai électrique se développe énormément, nous avons désormais une dizaine de bateaux et mit en avant le Candela à foils et moteur électrique

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

Le prolongement de la panne 200 jusqu'au quai des Capuçins a permis de densifier la présence d'exposants sur la digue

LES BATEAUX A TERRE

L'exposition de bateaux à terre a diminué en raison de la conjoncture économique actuelle auxquelles sont confrontés les vendeurs de bateaux. Ce qui les a conduits à opter pour des stands de taille plus réduite dans l'ensemble et mais aussi du retrait d'un client important. Néanmoins, la superficie d'exposition a augmenté, passant de 2790m² à 3244m², justifié par de nouveaux exposants.

LES STANDS SOUS HALL

Dans le hall équipement, qui constitue un point d'intérêt majeur pour les visiteurs, une quinzaine d'exposants ont été regroupés pour permettre aux visiteurs de s'équiper, de renouveler leur matériel ou de découvrir des nouveautés. Pour cette édition, le grand hall a été organisé selon le modèle d'IKEA, avec une circulation unique pour inciter les visiteurs à passer devant tous les stands.

Cette réorganisation au niveau de l'entrée, a été accueillie de manière mitigée par les exposants, qui ont observé un fort flux de visiteurs mais également une circulation trop rapide près de l'entrée, nuisant à l'arrêt sur les stands. Certains estiment qu'il serait plus judicieux d'appliquer ce modèle à la sortie ou à un emplacement plus éloigné dans le salon.

Les produits présentés sous stands couverts :

- Accastillage
- Assurance
- Organisme de financement
- Location de bateaux
- Moteurs marins
- Voileries
- Matériel électronique
- Peintures bateaux
- Décoration marine
- Accessoires de pêche, etc...

Remarque au délégataire :

La durée du salon de 6 jours a insufflé un nouvel élan au salon, permettant de récupérer de nouveaux clients et de compenser la perte de ceux qui n'ont pas souhaité réitérer leur participation.

LES ASSOCIATIONS

Les associations, qui étaient auparavant regroupées en un village, ont trouvé leur place cette année avec des animations et des espaces dédiés à la pêche et à la plongée. Cela leur a permis d'être dans une zone à fort flux de visiteurs, proche des zones de détente.

Cependant, l'augmentation des coûts annuels et la conjoncture économique globale, combinée à la diminution de certaines subventions, représentent des défis pour le budget annuel des associations à but non lucratif. Cette situation explique la faible présence d'associations malgré nos efforts pour les inclure.

Remarque au délégataire :

Une réflexion doit être menée pour les prochaines éditions afin de repenser leur présence, leur permettre une meilleure valorisation de leur contribution sur Les Nauticales, notamment avec le thème de la future édition.

1.2.6. Liste des bateaux présentés à flot au Nauticales 2024

Entreprise	Type du bateau	Constructeurs	Pays d'origine	Long. De coque
EUROP YACHTING	2-Multicoques	BALI	FRANCE	12,08
EUROP YACHTING	2-Multicoques	BALI	FRANCE	12,33
EUROP YACHTING	2-Multicoques	BALI	FRANCE	12,86
SEEGAME ET SEAKEPPER	4-Vedettes / Pêche-promenade	SEAGAME	ITALIE	7,57
PHOCEA YACHTING	1-Monocoques	BAVARIA YACHTS	ALLEMAGNE	11,31
PHOCEA YACHTING	1-Monocoques	BAVARIA YACHTS	ALLEMAGNE	12,4
PHOCEA YACHTING	1-Monocoques	BAVARIA YACHTS	ALLEMAGNE	14,5
LIBERTY SARL	4-Vedettes / Pêche-promenade	FOCUS	HOLLANDE	9,85
LIBERTY SARL	4-Vedettes / Pêche-promenade	FOCUS	HOLLANDE	9,85
MEDITERRANEAN RIDERS	4-Vedettes / Pêche-promenade	TERRA NAUTA	CROATIE	9,99
EURO VOILES	2-Multicoques	LAGOON	FRANCE	12,5
EVASION YACHTING	4-Vedettes / Pêche-promenade	GREENLINE YACHT	SLOVENIE	11,99
EVASION YACHTING	4-Vedettes / Pêche-promenade	DE ANTONIO YACHT	ESPAGNE	9,55
PORT D'HIVER YACHTING	3-Pneumatiques et semi-rigides	FANALE MARINE	FRANCE	9,97

PORT D'HIVER YACHTING	3-Pneumatiques et semi-rigides	FANALE MARINE	FRANCE	8,2
PORT D'HIVER YACHTING	4-Vedettes / Pêche-promenade	VIRTUE YACHTS	POLOGNE	9,89
PORT D'HIVER YACHTING	4-Vedettes / Pêche-promenade	RAND BOATS	DANEMARK	5,99
PORT D'HIVER YACHTING	4-Vedettes / Pêche-promenade	RAND BOATS	DANEMARK	7,44
PORT D'HIVER YACHTING	1-Monocoques	CANTIERE DEL PARDO	ITALIE	15,78
BAGOU BOATS	1-Monocoques	BAGOU BOATS	FRANCE	6,5
FISHINX	1-Monocoques	EDGE WATER	USA	6,56
ACTIUM YACHTS	4-Vedettes / Pêche-promenade	X SHORE	SUEDE	8
ACTIUM YACHTS	4-Vedettes / Pêche-promenade	X SHORE	SUEDE	6,5
MIDI NAUTISME	1-Monocoques	DUFOUR	FRANCE	9,36
MIDI NAUTISME	1-Monocoques	DUFOUR	FRANCE	9,99
MIDI NAUTISME	1-Monocoques	DUFOUR	FRANCE	13,99
MIDI NAUTISME	1-Monocoques	F-P	FRANCE	13,45
MIDI NAUTISME	1-Monocoques	RHEA	FRANCE	8,75
SOLEIL BLEU YACHTING SAS	4-Vedettes / Pêche-promenade	ARREA YPS	ITALIE	14,1
SOLEIL BLEU YACHTING SAS	4-Vedettes / Pêche-promenade	ARREA YPS	ITALIE	11
SERVAUX YACHTING	1-Monocoques	FJND	ALLEMAGNE	12
SERVAUX YACHTING	1-Monocoques	SEAL	ALLEMAGNE	11
SERVAUX YACHTING	1-Monocoques	RYD	ALLEMAGNE	9
SERVAUX YACHTING	1-Monocoques	LOMAC	ITALIE	10,5
BENETEAU	4-Vedettes / Pêche-promenade	BENETEAU	POLOGNE	6,46
BENETEAU	4-Vedettes / Pêche-promenade	BENETEAU	POLOGNE	8
BENETEAU	4-Vedettes / Pêche-promenade	BENETEAU	POLOGNE	9,63
BENETEAU	4-Vedettes / Pêche-promenade	BENETEAU	POLOGNE	6,98
BENETEAU	4-Vedettes / Pêche-promenade	BENETEAU	POLOGNE	7,48
BENETEAU	4-Vedettes / Pêche-promenade	BENETEAU	POLOGNE	11,28
BENETEAU	4-Vedettes / Pêche-promenade	BENETEAU	FRANCE	12,77
BENETEAU	1-Monocoques	BENETEAU	POLOGNE	8,44
BENETEAU	1-Monocoques	BENETEAU	POLOGNE	9,46
BENETEAU	1-Monocoques	BENETEAU	FRANCE	10,49

BENETEAU	4-Vedettes / Pêche-promenade	WELLCRAFT	POLOGNE	10,7
BENETEAU	5-Catamarans à moteur	FOURWINNS	POLOGNE	11,42
POGO STRUCTURES	4-Vedettes / Pêche-promenade	POGO STRUCTURES SAS	FRANCE	9,5
XTRAMARINE	6-Divers	XTRAMARINE	FRANCE	398CM
EUROP YACHTING	1-Monocoques	ELAN	SLOVENIE	14,1
BLEU MARINE LOCATION	1-Monocoques	PYXIS YACHT	TUNISIE	8,34
PHOCEA YACHTING				
QUICKSILVER	4-Vedettes / Pêche-promenade	CANDELA	SUEDE	8
HIDEA EUROPE	3-Pneumatiques	HIDEA	CHINE	5,8
ESPRIT MER	4-Vedettes / Pêche-	BENETEAU	FRANCE	13,5
MIDI NAUTISME	1-Monocoques	DUFOUR	FRANCE	11,99
MIDI NAUTISME	1-Monocoques	DUFOUR	FRANCE	12,5

1.2.7. Les restaurants

La dernière édition des Nauticales a vu son offre de restauration élargie, notamment avec la présence du Village Corse. Quatre zones de restauration étaient réparties de manière équitable dans le salon.

- **Restaurant le Barbeug :**
 - Emplacement : À proximité de la capitainerie, au début du quai Nord.
 - Ce restaurant-brasserie, spécialiste des foires et salons, est présent depuis de nombreuses années aux Nauticales. Sa carte propose une variété d'assiettes de la mer et de grillades, avec un ticket moyen de 30€ par personne.
- **Le Village des Food Truck :**
 - Emplacement : Sur la zone de carénage, dynamisant ainsi cette zone et la rendant plus attractive pour les visiteurs.
 - Les visiteurs ont pu y trouver des spécialités italiennes, des burgers et des salades. Les food trucks présents étaient : Very Good Truck, Le Cagibi à Nine, Tutto Bene, et Monsieur Bob.
- **La Pause sucrée :**
 - Emplacement : Sur l'allée centrale, en face du stand de l'AMPM.
 - Cette zone proposait des gaufres, des glaces artisanales et du café. Les enseignes présentes étaient : Chti'te gaufre, Salut un café et La Mignone.
- **Village Corse :**
 - Emplacement : À proximité de l'espace VIP.
 - Pour une expérience chaleureuse, une brasserie avec terrasse a été aménagée, permettant ainsi aux visiteurs de profiter pleinement de l'ambiance et de la vue sur le salon.

Pour garantir aux visiteurs un niveau de qualité conforme aux normes d'hygiène et de sécurité, le délégataire s'assure que les restaurateurs respectent la réglementation et possèdent une expérience des grands événements.

1.3. Les aménagements et l'exploitation du salon

Les Nauticales 2024 ont occupé la zone d'accès à la capitainerie côté bassin Bérouard 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 2024 :

- L'accueil principal du salon a directement été intégré au Hall équipements, au bas des escaliers, afin de ne former qu'une seule grande structure de 600m². Il disposait d'un desk VIP/INVITATIONS et d'un desk BILLETTERIE. Nous avons également mis en place un accueil secondaire au niveau de la halle de flots bleus afin de faciliter l'accès aux personnes détentrices d'un e-billet.
- L'espace institutionnel Métropole Aix-Marseille-Provence était positionné au niveau des pannes 700 et disposé d'une structure de 200m² ainsi qu'un espace traiteur de 18m² et un emplacement jouxtant leur stand pour garer les véhicules des traiteurs. Un linéaire de 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 300 m² d'exposition globale + 2 tentes de 9m² 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 stand institutionnel, avec une superficie de 100m², il pouvait accueillir 80 places assises. L'espace 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 4 micros HF, un ordinateur, une mise en lumière et une régie vidéo avec une personne présente durant la totalité du salon. Une animatrice était également présente sur chaque conférence et avait préparé avec les intervenants, la conférence en amont. Ce sont près d'une vingtaine d'intervenants qui ont pu prendre la parole pour cette 21ème édition des Nauticales. A noter, cette année une vraie offre de conférence a été proposé en co-construction avec les différents ambassadeurs du salon. Les conférences ont su attirer quelques visiteurs, notamment lors des prises de paroles des ambassadeurs qui ont compté en moyenne une trentaine de participants.
- L'espace animation occupait cette année le quai Nord et une partie de la zone de carénage avec 19 pagodes de 9m², 1 pagode de 16m² et 5 pagodes de 25m². On y trouvait notamment une piscine de 4*9m pour les baptêmes de plongée, des aquariums tactiles ainsi qu'un espace pédagogique et découverte du milieu marin à destination des enfants.
- L'espace Bateaux d'Occasion occupait une partie du quai des Capucins.
- L'espace VIP se situait côté Halles 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, d'une quarantaine d'assises et d'une table d'initiation au Black Jack mise en place par notre partenaire le Casino Pleinair de La Ciotat.

Quelques chiffres à noter :

La surface totale du salon est de 25 000 m²

- Garden 3x3 : 70 soit 630 m²
- Garden 3x3 type Bureau : 3 soit 27 m²
- Garden 4x4 : 9 soit 144 m²
- Garden 4x4 type Bureau : 3 soit 48 m²
- Garden 5x5 : 8 soit 200 m²
- Total Garden : 93 soit 1 049m²
- Ponton privatif de 15m² à flot : 2 soit 30m²
- Stand nu : 3 424 m²
- 2 Jardins 5x5 pour le Commissariat Général et l'espace presse
- Structure 15x15 et 15x25 reliées soit 600m² pour l'accueil et le hall équipements
- Structure 10x20 soit 200m² pour l'espace Métropole Aix-Marseille-Provence
- Structure 10x10 soit 100m² pour l'espace Ville de La Ciotat
- Structure 20x10 soit 200m² pour le Village Corse
- Structure 10x10 soit 100m² pour l'espace conférences
- Structure 10x10 soit 100m² l'espace VIP
- Structure 15x10 soit 150m² pour le restaurant la Taverne
- 2 Jardins 5x5 pour l'espace Food Truck

1.3.1. Libération du site

Le site a été mis à disposition le 01/03/2024 et rendu le 01/04/2024

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 219 bateaux du bassin des Capucins. Ces bateaux ont été convoyés dans les ports suivants :

- Bassin des Capucins : 7 bateaux
- Bassin Berouard : 25 bateaux
- Vieux Port La Ciotat : 71 bateaux
- Saint Cyr Les Lecques : 29 bateaux
- Cassis : 1 bateaux
- Sanary/Mer : 3 bateaux
- Les Embiez : 8 bateaux
- Marseille : 1 bateau
- Saint Jean : 10 bateaux
- Bandol : 58 bateaux
- Hors du port : 7 bateaux

A terre

Surface à terre : 20 000 mètres carrés.

Elle a nécessité :

- La mise en place de barrière dès le 04 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 partie prenante de la vie du salon tout comme le GPES.

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
- Mise en place de la panne transversale entre les pannes 100, 200 et 300 permettant une meilleure circulation sur les espaces de présentation et améliorant la qualité de la visite à flot et la sécurité des visiteurs. Prolongation de la panne 200 afin de permettre la liaison au quai des capucins. 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 600 m² dans laquelle est intégré la billetterie, l'accueil VIP et presse, une zone de stockage et de travail (bureau comptabilité et gestion des entrées...) ainsi que le hall équipements avec 12 stands pour une surface de 167m².
- Deux pagodes de 25m² située après le contrôle des entrées pour l'accueil des exposants, le commissariat général, et l'espace presse.
- Présence d'un bassin de 4m de large par 9m de long sur la zone de carénage au cœur de l'espace plongée. Il est principalement utilisé pour effectuer les baptêmes de plongée. A noter que ce bassin a été rempli d'eau de mer, et non d'eau douce.
- L'entrée du salon était marquée 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'évènement 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.
- 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, des conférenciers 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 d'un espace d'initiation au Black Jack par notre partenaire le Casino Pleinair de La Ciotat.

- Mise en place d'un 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.

L'ENTRÉE

Cette année nous avons deux entrées sur le salon, l'une en bas des escaliers et l'autre côté halle des flots bleus. Pour l'entrée flots bleus, il n'y avait pas de vente de billets sur place. Seule les personnes détentrices d'un billet acheté en ligne auparavant ou d'une invitation pouvez entrer par ce côté.

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, Invitation) comme système d'identification de l'ensemble des personnes entrant sur le salon offre ainsi une approche performante des résultats.

LA CIRCULATION DES VISITEURS

Un sens de circulation précis a été mis en place cette année. 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'Emergence dès la sortie de l'A50.
- Le parti pris d'inciter les visiteurs à utiliser les parkings aux entrées de ville nous à faits prendre la décision de ne pas flécher la direction vers le Salon, mais un fléchage unique vers les différents parkings. Un fléchage du salon a tout de même été fait pour orienter les visiteurs à pied jusqu'aux entrées du salon.
- Habillage des pignons des structures : Entrée ; Espace Métropole Aix-Marseille-Provence/ Ville de La Ciotat.
- Mise en place de signalétique spécifique dite « floor graphiques » pour optimiser la circulation des flux (sorties, toilettes, zone animations, zones restaurations, stand Métropole, etc.). 4 plans étaient également à disposition des visiteurs pour faciliter leur orientation.
- Mise en place de bâches sur les barrières Héras pour habiller les zones dites « zones grises » et pour renforcer l'expérience visiteur au sein du salon.
- Création de visuels sur les pannes 100, 200 et 300 pour fluidifier le passage des visiteurs et informer des différents exposants sur ces pannes.
- Signalétique sur les stands sous hall et pagodes 3*3m et 4*4m
- Signalétique d'entrée e-billet côté hall des flots bleus

1.3.3. Services

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. 50 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 2024 :

Grace à l'occupation d'une partie du parking de la capitainerie et d'une grande partie du Parking de la Tasse, de 50 places au parking Indigo nous avons permis à l'ensemble des exposants, partenaires et élus de pouvoir se garer, même le jour de l'inauguration et la journée de l'emploi où nous avons eu de nombreuses demandes de badges parkings.

► 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 2024.

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, comme en 2023, 3 zones de parkings étaient proposées aux visiteurs.

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

Remarque du délégué :

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. Forte demande notamment le jour de l'inauguration, ainsi que lors des conférences organisées par 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.

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

LES NAVETTES GRATUITES

Le dispositif 2024.

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.

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

35 stands nus, Ils représentent 3 424 m² de l'exposition à terre. Deux grues ont été utilisées sur le salon pour la mise en place des bateaux à terre pendant 3 jours.

► Stands couverts

93 structures de type « pagode » ont été installées, de dimension : 3X3 mètres, 4X4 mètres et 5X5 mètres. Au total, ce sont 1 049 mètres carrés de structures de type pagode qui ont été montées.

Les autres espaces se décomposant comme suit :

- Une structure de 15X15 et de 15x25 reliées pour l'accueil et le Hall équipements soit 600m². Le Hall équipements était composé de 12 stands pour une surface de 167m².
- 2 Gardens 5X5 pour le commissariat Général et l'accueil exposants soit 50m²
- Une structure de 10X20 pour l'espace Métropole Aix-Marseille-Provence soit 200m²
- Une structure de 10X10 pour l'espace Ville de La Ciotat soit 100m²

- 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 100m²
- Une structure de 10X10 pour l'espace VIP soit 100m²
- Une structure de 15x10 pour le restaurant La Taverne soit 150m²
- Structure 20x10 soit 200m² pour le Village Corse qui regroupait 14 stands de 6m² soit 85m² d'exposition.
- 2 Gardens 5X5 pour l'espace Food truck soit 50m²

Soit au total, la somme de 2617m² couverts.

► Exposition à flot

Tous les bateaux de l'exposition à flot sont arrivés par la mer, à l'exception de 2 bateaux.

- 2 plateformes privatives de 15m² ont été installées pour les exposants à flots. Permettant d'avoir leur stand à proximité directe de leurs bateaux.
- Présence de la panne mobile à la sortie du port. Elle optimise la circulation des flux à flot avec 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.
- Prolongement de la panne 200 afin de relier directement le quai au niveau de l'avenue du Président Wilson au quai des capucins, et de ce fait proposer une nouvelle expérience aux visiteurs.

Remarques :

- Montage en bonne association avec les équipes Métropole Aix-Marseille-Provence et les prestataires
- Démontage d'une partie du mobilier urbain pour une meilleure installation du salon
- Zone de stockage du matériel, dissimulée et inaccessible pour le public, est 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 lundi 25 mars à 15 heures, dès la fermeture du salon, pour une remise en état finale le samedi 30 mars. En raison des conditions météorologiques, le démontage a été suspendu mardi 26 mars pour reprendre mercredi 27 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 **19 113 visiteurs** pour cette édition 2024.

Un chiffre en baisse à la vue des chiffres des précédentes éditions, qui s'explique notamment par la diminution du salon de 9 à 6 jours.

Un total billetterie payante en caisse qui s'élève à **38 662,30€**

Un total billetterie en ligne : **6 920,80€**

Au niveau du visitorat jour par jour, on constate une augmentation des entrées par rapport à la précédente édition. Ce qui peut notamment par un programme de salon plus dense, ainsi que par la participation d'intervenants, d'ambassadeurs et de parrains prestigieux de qualité.

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2022	2023	2024
32737	37390	23966	37728	28087	35408	31723	26872	31525	29324	24340	19113

1.4.2. Évolution des entrées payantes par tarif

Rappel de la politique tarifaire mise en place :

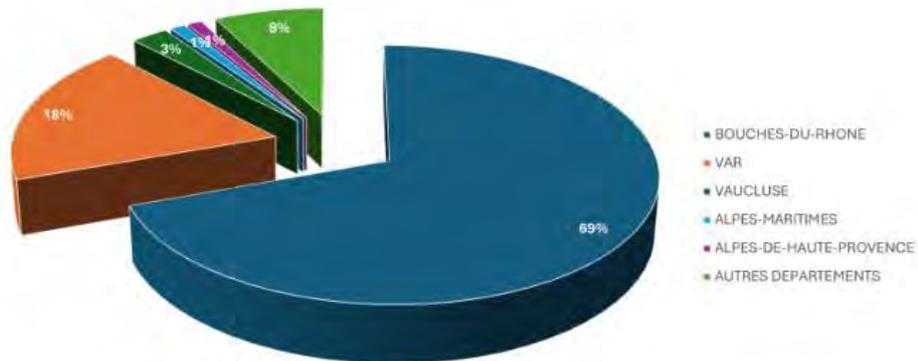
Tarif	Billet Caisse	E-billet	Détails
Plein Tarif	8,50€	8,50€	
Tarif réduit	4,50€	non disponible	valable uniquement à la billetterie physique pour 13-18 ans, étudiants munis d'un justificatif, Licencié FFV
Tarif Groupe	4,50€	non disponible	à partir de 10 personnes
Prévente web	non disponible	7€	jusqu'au 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 (email abonné)

Le Pass Week-end pour accéder au salon les vendredi, samedi, dimanche, proposé au prix de 16€ disponible en e-billet uniquement.

Le Pass Intégral pour accéder au salon tous les jours au prix de 29,90€ disponible en e-billet uniquement.

1.4.3. Provenance des visiteurs

ORIGINE GEOGRAPHIQUE VISITEURS



En termes de provenance, la majorité du visitorat provient toujours des Bouches-du-Rhône, ce qui peut s'expliquer en partie par la forte présence des habitants de La Ciotat, du fait du choix de localisation de l'événement. Cependant, on observe une nette progression du public varois, presque similaire à celle de l'année 2019. De plus, la présence accrue de visiteurs en provenance d'autres départements témoigne d'un intérêt plus national pour l'événement, ouvrant ainsi des perspectives pour les éditions futures. Cette tendance peut être attribuée à la couverture médiatique nationale des Nauticales et au ciblage stratégique lors des campagnes de communication digitale.

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

Tranche d'âge des visiteurs selon leur provenance

Bouches-du-Rhône

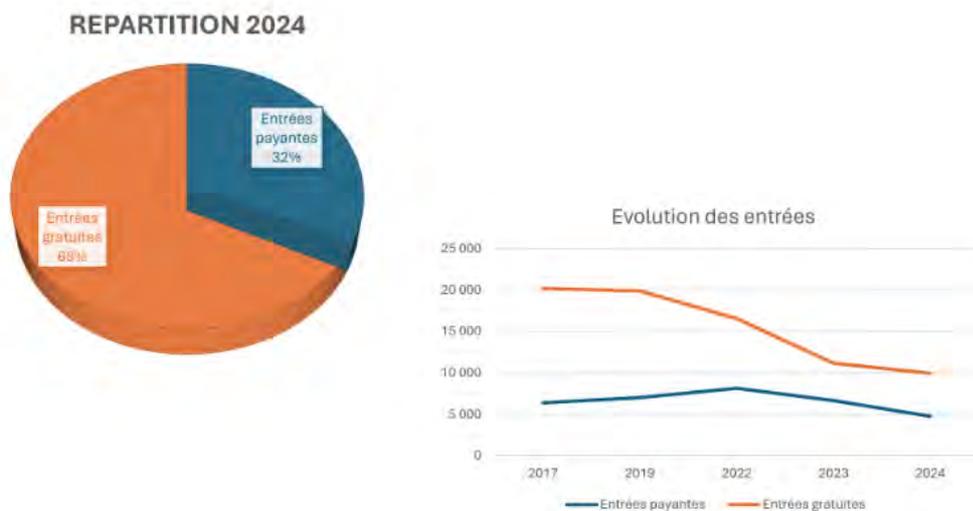
- 52% ont plus de 50 ans
- 26% ont entre 36 et 50 ans
- 22% ont moins de 35 ans

Var

- 48% ont plus de 50 ans
- 32% ont entre 36 et 50 ans

- 20% ont moins de 35 ans
- Reste de la France
- 50% ont entre 36 et 50 ans
 - 36% ont plus de 50 ans
 - 14% ont moins de 35 ans

REPARTITION DES ENTREES



1.4.4.

Les

invitations

E-INVITATIONS et INVITATIONS CONTROLEES

Nombre de CODE BARRE LU Étiquettes de lignes	Étiquettes de colonnes						Total général
	20240320	20240321	20240322	20240323	20240324	20240325	
E-invitation Expositant	278	345	438	841	828	138	2 868
E-invitation Expositant	278	345	438	841	828	138	2 868
E-invitation MPM	111	216	174	523	448	67	1 539
E-invitation MPM	111	216	174	523	448	67	1 539
Invitations organisation	236	356	522	1 002	1 232	279	3 627
E-invitation Organisateur	71	39	66	123	145	50	494
E-invitation partenaire	31	82	146	141	168	51	619
Invitation	134	235	310	738	919	178	2 514
Journée thématiques			93				358
journée découverte des métiers et formations de la MER.						265	265
Rencontre emplois networking			93				93
E-Invitation soirée				64			64
E-invitation soirée				64			64
Total général	625	917	1 227	2 430	2 508	749	8 456

	Cartons d'invitation émis	Cartons d'invitation consommés	Taux de retour
Exposants	6467	2868	44,36%
Métropole Aix-Marseille-Provence	10115	1539	15,21%

Partenaires	4031	1113	27,59%
Soirée	672	64	9,52%
TOTAL	21494	6584	30,6%

La part d'invitations gratuites en 2024 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).

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 prestataires a permis une meilleure délivrabilité des e-mails envoyés.

1.5. Les animations

Les Nauticales 2024 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, visites d'un class 40 , les démonstrations de sauvetage de la SNSM, une compétition de l'école de jetsurf massilia ainsi qu'une compétition régionale de VRC (voile radio commandé).

Marques présentes durant l'évènement :

- Lampunga
- Sea maze
- Hobbie
- The hydro
- Kayak attitude
- PWR
- Ze boat
- Takuma
- Stop ancre

Écoles présentes durant l'évènement :

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

Points positifs édition 2024 :

- 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
- Compétition durant le week-end (jet surf et VRC)
- Créer des pôles pour permettre aux publics de se renseigner et de s'informer facilement

LES TEMPS FORTS

Pour rendre le salon attractif pour le public, plusieurs temps forts ont été mis en place tout au long des 6 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 Du class 40

Chaque jour, le class 40 de Mickael Mergui «centrakor» 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.

Mickael et sa compagne, accueillaien les visiteurs à bord du class 40 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.

7 sessions de visites par jour : 10h30, 11H00, 11H30 et 14H00, 14H30 ,15H00 et 15h30. La visite durait environ 30 minutes et toutes les sessions étaient complètes. Franc succès !

ANIMATION MER						
	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI
10 H 00	SEA MAZE	SEA MAZE	SEA MAZE	SEA MAZE	SEA MAZE	SEA MAZE
10 H 30	LAMPUGA	LAMPUGA	LAMPUGA	CHIEN TERRE NEUVE	CHIEN TERRE NEUVE	LAMPUGA
11 H 00	JET SURF MASSILIA	JET SURF MASSILIA	JET SURF MASSILIA	DEMO SNSM	DEMO SNSM	JET SURF MASSILIA
12 H 00	PWR FOIL	PWR FOIL	PWR FOIL	PWR FOIL	PWR FOIL	PWR FOIL
12 H 30	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL
13 H 00						
14 H 00	SEA MAZE	SEA MAZE	SEA MAZE	SEA MAZE + LAMPUNGA	SEA MAZE + LAMPUNGA	SEA MAZE
14 H 30	LAMPUGA	LAMPUGA	LAMPUGA	CHIEN TERRE NEUVE	CHIEN TERRE NEUVE	LAMPUGA
15 H 00	JET SURF MASSILIA	JET SURF MASSILIA	JET SURF MASSILIA	DEMO SNSM	DEMO SNSM	JET SURF MASSILIA
16 H 00	PWR FOIL	PWR FOIL	PWR FOIL	PWR FOIL	PWR FOIL	PWR FOIL
16 H 30	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL	HYDRO FOIL
17 H 00	club la ciotat	club la ciotat	club la ciotat	club la ciotat	club la ciotat	club la ciotat

ANIMATION COMPETITION						
	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI
MATIN		Visite Centrakor (toutes les 30 min)	Visite Centrakor (toutes les 30 min)	Visite Centrakor (toutes les 30 min)	Compétition VRC Visite Centrakor (toutes les 30 min)	
APRES MIDI	Visite Centrakor (toutes les 30 min)	Visite Centrakor (toutes les 30 min)	Visite Centrakor (toutes les 30 min)	Compétition VRC Visite Centrakor (toutes les 30 min)	Compétition VRC + jet surf Visite Centrakor (toutes les 30 min)	

CONFERENCES



Les Nauticales

LA MER PASSIONNÉMENT

PLANNING DES CONFÉRENCES

MERCREDI 20 MARS

14H00	"LA DÉCOUVERTE DE LA COURSE AU LARGE" MIKAËL MERGUI (CENTRAKOR)
16H00	GÉRALDINE DANON / PHILIPPE POUPON

JEUDI 21 MARS

10H30	"DÉCARBONATION, ÉCONOMIE BLEUE" CLUB AMP24 & ALEXANDRE CAIZERGUES
11H30	"LE CADRE FISCAL ET RÉGLEMENTAIRE EN SOUTIEN À LA TRANSITION ÉLECTRIQUE DU NAUTISME" AFBE
14H00	"SOS BIODIVERSITÉ" SEBONSEA (LAURENT LUNGERI & PATRICK BARAONA)
15H00	"UNE PLAISANCE MOINS POLLUANTE EN MÉDITERRANÉE ?" LA FEUILLE EMBARQUÉE
16H00	"USAGERS DE LA MER : TOUS ACTEURS DE LA PROTECTION DU MILIEU MARIN" L'ATELIER BLEU
17H00	"VENEZ À LA RENCONTRE DU CLUB DES PLUS BELLES BÂTES DU MONDE" OFFICE DE TOURISME DE LA CIOTAT

VENDREDI 22 MARS

10H30	"LES OPPORTUNITÉS GAGNANTES - GAGNANTES DES ENTREPRISES DE LA PLAISANCE AU SEIN DE LA FILIÈRE NAUTIQUE DU LYCÉE DE LA COUDOULIÈRE" LYCÉE DE LA COUDOULIÈRE
11H30	"FAMEX 2030 : PROJET PÉDAGOGIQUE POUR UNE FAÇADE MÉDITERRANÉENNE EXEMPLAIRE" CAMPUS DES MÉTIERS ET DES QUALIFICATIONS D'EXCELLENCE
14H00	"LES MÉTIERS DE L'INDUSTRIE ET SERVICES NAUTIQUES" ERIC MABO (FIN)
16H00	"QUEL PARCOURS ET FORMATION POUR DEVENIR NAVIGATEUR PROFESSIONNEL ?" CHRISTOPHER PRATT

SAMEDI 23 MARS

10H30	"LE GPES, UN CLUB DE PLONGÉE MYTHIQUE ANCRÉ DANS LA PROTECTION DE LA MÉDITERRANÉE" THIERRY AÛNE
11H30	"PÊCHE DE LOISIR ET ÉTHIQUE, COMMENT CONCILIER ACTIVITÉ PRÉDATRICE ET VALEURS MORALES" SYLVAIN FÉDACHOGLIOU
14H00	"LA SAGESSE DES PROFONDEURS" ARNAUD JERALD

DIMANCHE 24 MARS

10H30	"L'ENGAGEMENT DU TERRITOIRE POUR LES JOUÏ" CROSS, FONDS HÉRITAGE, MRP, MÉTROPOLE, ATHLÈTES
14H00	"PARTAGER, C'EST GAGNER !" JONATHAN LOBERT

LUNDI 25 MARS

10H30	"L'ÉNERGIE DES MERS ET CHANGEMENT CLIMATIQUE : NOS NAVIRES PEUVENT ILS DEVENIR NOS PROCHAINS FOURNISSEURS D'ÉNERGIE ?" STEPHAN GUIGNARD VH QUATREVINGTREIZE
14H00	"LES NOUVEAUTÉS DANS LA PLAISANCE ÉLECTRIQUE" AFBE



2. Bilan qualitatif des Nauticales 2024

2.1. La communication et les relations presse

2.1.1. La Communication

L'IDENTITE VISUELLE

La campagne de communication de 2024 marque un désir de renouveau et de rupture avec les précédentes éditions. Créer une affiche totalement différente, avec un visuel décarboné, mettant en avant un voilier aux allures sportives avec des personnages actifs était idéal pour valoriser l'innovation/décarbonation et la thématique Jeux-Olympiques, 2 thèmes principaux de cette édition.

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.

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.

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 2024. Gènes, Cannes, La Rochelle, La Grande Motte, ces visites ont permis de comprendre et de dupliquer certains formats proposés.

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 ciblage ont été réalisé :

- 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... Une grande campagne digitale a permis de toucher ces cibles.

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	<ul style="list-style-type: none"> - Notoriété du salon - Identification du délégataire - Confiance - Réservation de stands - Fidélisation - Vente additionnelle (service/produit) 	<ul style="list-style-type: none"> - Notoriété salon - Attractivité - Découverte - Achats 	<ul style="list-style-type: none"> - Achat - Notoriété salon - Découverte - Satisfaction - Salon incontournable
Moyens	<ul style="list-style-type: none"> - Site web - Réseaux sociaux - Communication médias - Publicité - Dossier de participation - Campagnes d'emailing - Prospection digitale et téléphonique 	<ul style="list-style-type: none"> - Site web - Réseaux sociaux - Communication médias - Publicité - Jeux concours - Animations - Invitations 	<ul style="list-style-type: none"> - Site web - Réseaux sociaux - Communication médias - Publicité - Annonce de nouveautés ou contenus attractifs - Invitations
Actions	<ul style="list-style-type: none"> - Stand Nautic Paris - Prospection Yachting Festival Cannes - Concours d'innovation - Conférences thématiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Jeux concours réseaux sociaux et radio - Campagnes Réseaux Sociaux (géolocalisation + Age) 	<ul style="list-style-type: none"> - Voiles et Voiliers - Partenariat abonnement magazine / Emailing base abonnés Voiles et Voiliers - VOG / Approche communautaire de pratiquant en croisière à la voile

2.2. La commercialisation : perception des exposants

Pour cette édition 2024, l'enquête exposants a été administrée par deux moyens différents.

D'abord, nous avons adressé un formulaire par courriel, 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 41 questionnaires qui ont été comptabilisés en retour.

A l'issue de cette enquête, il en ressort les points suivants :

PARTICIPATION

3,7/5 : note de participation donnée par les exposants

73,2% des exposants de cette édition ont déjà participé au salon les années précédentes
87,8% étaient satisfaits de leur emplacement

Intérêt de participation :

- 65,9% : générer du CA
- 63,4% : rencontrer des prospects
- 56,1% : accroître sa notoriété
- 39% : fidéliser les clients
- 36,6% : présenter ses produits en démonstration

LE SALON

91,8% sont satisfaits du passage en 6 jours
75% recommandent les jours de mardi à dimanche

53,7% des exposants ont jugé satisfaisante la fréquentation des visiteurs qui sont venus sur leur stand

70% des exposants ont jugé la qualité générale du salon comme satisfaisante ou très satisfaisante (12,5% comme insatisfaisante)

97,5% des exposants sondés sont satisfaits des horaires d'ouverture et de fermeture du salon.
Le seul exposant à avoir dit "non" le justifie par une fermeture trop tôt.

ORGANISATION

87,8% des exposants ont jugé la qualité de l'installation et l'aménagement de leur stand comme satisfaisante ou très satisfaisante

3,9/5 planning général d'installation

97,5% sont satisfaits voire très satisfait l'accueil et le suivi exposant

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 voire très satisfaisante

86,3% des exposants ont apprécié la proposition de parking dédié aux exposants

46,3% reconnaissent avoir rencontré des difficultés pour stationner.

RESTAURATION

80,5% des exposants ont consommé la restauration présente sur place

Pour la proposition « Village Corse »

- 50% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « Restaurant Barbeuq »

- 66% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « Pierrot coquillage » :

- 100% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « Very Good Truck » :

- 90% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « Monsieur Bob » :

- 75% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « Tutto Benne » :

- 70% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « Cagibi de Nine » :

- 20% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « Salut un café » :

- 80% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « La Mignone » :

- 84% des exposants sont satisfaits

Pour la proposition « La Ch'tite Gaufre » :

- 72% des exposants sont satisfaits

Suggestions des exposants :

- Prévoir des menus salades et plat végétarien
- Un tarif exposant

ESPACE VIP

30% des exposants se sont rendus à l'espace VIP

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

- 56,7% n'a pas eu le temps
- 33,3% n'était pas au courant

25% des exposants ont participé aux petits-déjeuners mis en place chaque matin dans l'espace VIP

43,9% des exposants se sont rendus à la soirée Exposants sur le thème Corse

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
- 2,2/5 pour l'audibilité des spots radio
- 3,2/5 pour la visibilité des différents posts sur les réseaux sociaux
- 2,9/5 pour la couverture médiatique : presse, TV etc.
- 3,4/5 pour le site de l'événement

95,1% des exposants ont communiqué sur leur présence aux Nauticales :

- 95% d'entre eux via des posts sur les réseaux sociaux
- 73,2% d'entre eux via l'envoi d'invitations
- 48,8% d'entre eux via leur site web
- 41,5% d'entre eux via des campagnes d'emailing
- 17,1% d'entre eux via un courrier

OUTILS DE COMMUNICATION POUR EXPOSANTS

3,7/5 est la note de satisfaction concernant le kit exposant

Utilisation des éléments du kit de communication fournis aux exposants :

	OUI	NON
Vidéo	17.1%	82.9%
Affiche	48.8%	51.2%
Bannières	41.5%	58.5%
Signature de mail	31.7%	68.3%

COMMERCE

95% sont satisfaits des relations commerciales

L'offre commerciale du salon :

- Le prix du stand : 3,3/5
- L'offre du salon : 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

48% des exposants ont jugés le retour sur investissement de cette opération comme satisfaisante ou suffisante (27% comme insatisfaisante)

51% des exposants sont satisfaits du chiffre d'affaires réalisé sur le salon

85% des exposants sont intéressés par une participation à la prochaine édition du salon Les Nauticales

41,7% 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 satisfait du salon et de son organisation.
- Souhaite changer d'envergure et se déplacer à Marseille.
- A réalisé 5/10 ventes, donc pas mécontent.
- Souhaite une réunion collective pour dynamiser les initiatives.

Marseille Yachting

- Peu de ventes.
- Demande à toucher davantage le Var.
- Nombreux nouveaux clients cette année.
- Envisage un déplacement à Marseille. Besoin de changement pour relancer le secteur nautique.

Bavaria

- Satisfait.
- Nombreux contacts avec des retours positifs.
- Quelques ventes réalisées.

Ze Boat

- Année modeste.
- Peu de contacts.
- Conjoncture difficile.
- Satisfait du format sur 6 jours.

- Moins d'acheteurs, le budget vacances étant le premier touché en période de crise.

Midi Nautisme DUFOUR/SYS

- Bonne année 2024 mais marché en tension.
- Assez satisfait de l'édition.
- Nombreux contacts.
- 2 ventes réalisées.
- Salon et organisation bien menés.
- Approuve le format de 6 jours, préférant du mardi au dimanche.

Servaux/Lomac

- Résultats de vente décevants lors de cette édition, malgré une bonne organisation du salon et une offre enrichie.
- Satisfait du format sur 6 jours, bien que le lundi n'ait pas été fructueux

Jeanneau

- Organisation impeccable mais bilan mitigé.
- 4 bateaux vendus.
- Préfère une durée de 9 jours pour inclure deux weekends, offrant ainsi plus de possibilités de vente.

Hica Boat

- Bilan plutôt positif.
- Peu de ventes mais bons contacts.
- Trouvé 2 revendeurs pour sa marque.

Medyacht/Beneteau

- Satisfait de l'organisation du salon et des ventes (3 bateaux).
- Peu de clients dans le milieu de gamme - Forte augmentation des prix.
- Nombreux stocks disponibles.
- Approuve le format sur 6 jours.

2.4. Les retours des visiteurs

Base de 157 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.

22,9% des visiteurs ont visité le salon Les Nauticales pour la première fois

- 23,6% des répondants ont connu les dates du salon grâce aux invitations.
- 15,9% grâce au site internet
- 15,3% grâce à la Presse quotidienne régionale (La Provence)
- 14,6% grâce à l'affichage grand public
- 14,6% grâce aux réseaux sociaux

- 7,6% grâce au bouche à oreille
- 5,7% grâce à la presse spécialisée nautique
- 1,3% grâce aux radios locales
- 1,2% grâce aux autres moyens de communication

Remarque du délégué :

Cette année, la fidélité des visiteurs au salon est confirmée avec 77% d'habitues (des personnes sondées). Cela offre une relation forte avec les exposants mais pourrait signifier un défi pour attirer de nouveaux visiteurs et assurer la croissance à long terme.

Le nombre de visiteurs a augmenté de manière significative, principalement grâce aux invitations.

Deux options sont envisagées :

- Réduire le nombre d'invitations pour les institutions et les exposants (hors bateaux)
- Utiliser les invitations des exposants de bateaux pour renforcer les liens avec leurs clients et relancer leurs prospects.

Les réseaux sociaux ont joué un rôle croissant dans la diffusion d'informations cette année, tandis que l'utilisation de la radio a décliné. Il pourrait être judicieux d'explorer des possibilités d'expansion de la diffusion au niveau du delta méditerranéen ou national pour compenser ce déclin.

LE PROFIL SOCIO DEMOGRAPHIQUE

Selon l'enquête visiteurs réalisée, la majorité des visiteurs du salon appartient à la tranche d'âge des "plus de 50 ans", représentant plus de 50% de l'affluence. Cependant, cette année, on observe une légère baisse de la présence des visiteurs "jeunes", avec des proportions inférieures à celles de l'édition 2023.

Tranche d'âge	Proportion des répondants
+ 50 ans	50,3%
36 - 50 ans	29,9%
26 - 35 ans	12,7%
19 - 25 ans	5,7%
- 18 ans	1,3%

Provenance des visiteurs :

- **Bouche du Rhône (13)** : Marseille, Aix-en-Provence, Simiane-Collongue, Gardanne, Châteauneuf-les-Martigues, Port-Saint-Louis-du-Rhône, Raphèle-lès-Arles, Pélissanne, Gémenos, Grans, Istres, Sausset-les-Pins, Carry-le-Rouet, Cassis, Rognac, Salon-de-Provence, Vitrolles
- **Var (83)** : Toulon, Sanary-sur-Mer, La Farlède, Saint-Cyr-sur-Mer, Carqueiranne, Le Beausset, Saint-Maximin-la-Sainte-Baume, Saint-Zacharie, La Cadière-d'Azur, Pourrières, Bandol, La Londe-les-Maures
- **Alpes-de-Haute-Provence (04)** : Céreste
- **Autres Départements** : Moselle, Normandie, Bretagne, Nord
- Rhône Alpes (69) : Lyon
- Lille

LES INTERETS DE VISITE

- 23,9% : curiosité

- 23,9% : passionné du nautisme
- 18,1% : balade
- 14,2% : pour l'achat d'un bateau/matériel nautique (parmi ces répondants 37,5% ont effectué un achat)

EXPÉRIENCE DU SALON

Parmi les répondants :

- 92,4% des sondés ont apprécié leur visite sur Les Nauticales (note moyenne : 3,6/5)
- 24,6% ont testé les animations et estime à 3,5/5 la note de satisfaction animations proposées
- 31,2% étaient intéressés par les conférences thématiques

93% estime revenir pour la prochaine édition

Remarque du délégué :

Un chiffre en hausse par rapport à l'édition précédente qui s'explique notamment par des visages et des thématiques plus intéressantes pour le Grand Public mais qui reste toujours assez tourné vers les cibles professionnelles ou du secteur.

- 82% des sondés ont apprécié la restauration (note moyenne : 3,2/5)

Temps passé :

- 47,1% des sondés ont passé une demi-journée
- 36,3% des sondés ont passé 2h sur le salon
- 8,9% y ont passé une journée
- 5,7% y ont passé 1h
- 1,9% y ont passé moins d'une heure

Suggestion des visiteurs concernant l'offre du salon :

- Plus de choix de bateaux (Plus de diversité : grand, petit, occasion, neuf, à voile, électrique, solaire, ...) et notamment + de bateaux d'occasions et pour les plus petits budgets
- Plus d'accessoires bateau
- Plus de plaisance et tourisme nautique
- Plus d'écologie : traitement de l'eau, innovations écologiques, associations
- Plus de voile : bateaux, planche, activités, ...
- Plus d'équipement de pêche et plongée
- Plus de stands emplois avec des organismes tel que la Marine Nationale et les industries maritimes
- Plus de centre d'activités : surf, pêche, voiles, plongée, ...
- Plus de local
- Plus de permis bateau et assurances

Les 3 Points d'améliorations des visiteurs sur le salon :

- Diversité des produits
- Repérage et orientation à l'extérieur (parkings) et à l'intérieur du salon
- L'accès au salon (parkings, transports, ...)

2.5. La Vie du Salon

ACCUEIL DES VISITEURS

Cette année la mise en place de 2 accueils distincts a permis de répartir le flux fluidifier l'entrée. Le positionnement de l'entrée principale, sous l'esplanade du Saut du Loup, favorise la venue des visiteurs du côté Port Vieux de La Ciotat ainsi que des officiels profitants du parking de la Tasse. Nous avons valorisé cette entrée par la mise en place d'une arche et d'une allée de moquette sur l'esplanade du Saut du Loup, 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.

La seconde entrée, au niveau de la Halle des Flots Bleus, sert à favoriser la venue des visiteurs du côté du front de mer de La Ciotat. Une affiche avec un QR CODE a été disposée à cette entrée afin de permettre aux visiteurs d'acheter directement leur billet en ligne.

- Deux sorties ont également été mises en place.

ACCUEIL DES PERSONNALITES, GROUPES, PRESSE, ETC.

Le délégataire a mis en place une entrée spécifique pour ces cibles de visiteurs qui peuvent venir avec une invitation ou une accréditation, pour une présentation de produit, un temps fort (inauguration, tables-rondes, conférences...), etc. Cela permet de filtrer mais également de comptabiliser au mieux les entrées.

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'usagers.

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 2024 :

- 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 21^{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 au niveau de l'accueil 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 l'accueil des bateaux pour une durée d'un mois. La Ciotat Shipyards a accueilli 71 bateaux de plaisanciers du bassin des Capucins mais au tarif classique, le forfait avantageux n'a pas été reconduit.
- L'accueil Exposant aménagé au Commissariat Général 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 gère par le délégataire et apprécie 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 accueillis 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 extérieur et des aléas météorologiques.
- Espace VIP : Pour cette 20 Edition, l'espace VIP a été installé sous une structure de 100m² à proximité du quai des capucin. 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 a été entièrement repensé et surtout enrichi par de nouveaux produits,
- Le village pêche/plongée n'a pu être réalisé par manque de résultat commerciaux dans ces univers.
- L'allée Service a connu un réel succès, l'ensemble des exposant étant clairement satisfait de leur participation
- Les sanitaires : la qualité des sanitaires installés ont été appréciées. Leur entretien tout particulièrement. Aucune remarque n'a été enregistrée à propos de ce point.
- Une proposition gourmande plus étoffée. Pour cette édition 2024, 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. 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.

- Le village Corse n'a pas été un succès, il n'a pas rencontré son public et les exposant ont été très mécontents.
- Un nouvel espace pense 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 2024 du salon Les Nauticales à La Ciotat était la troisième 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 522k€. La recette billetterie s'élève à 35.1k€. Ce chiffre est inférieur au prévisionnel de -19.54%.

3.2. Les charges

Les charges d'exploitations (Hors charges de personnels) s'élèvent à 964k€ et sont inférieure de 11% vs le prévisionnel.

Le budget nécessaire à la libération et à la mise en conformité des pontons est de 116 K€, en hausse de +2 % 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.

3.3. Synthèse

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



KPMG S.A.
480 avenue du Prado
CS 90303
13269 Marseille Cedex 06

LA PROVENCE S.A.

Attestation du co-commissaire aux comptes de LA PROVENCE sur le compte rendu financier du Salon Les Nauticales - Edition 2024 - 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'exercice comptable et de certification aux comptes inscrits au Tableau de l'Ordre des experts comptables de Paris sous le n° 14-3006191 et rattachée à la Compagnie régionale des commissaires aux comptes de Marseille et du Centre.
Société française membre du réseau KPMG constitué de réseaux indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (a private company limited by guarantee).

Société anonyme à conseil d'administration
Exploitation
Siège social :
Tour ECLIO
2 Avenue Gambetta
CS 90303
13269 Paris La Défense Cedex
Capital social : 5 487 100 €
775 726 417 RCS Nanterre

2023



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 2024 - 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,

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 2024 - 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 € 1 290 386.

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 clés de répartition des temps de travail affectés pour déterminer les charges de personnel et donc, sur la masse salariale affectée au Salon.

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
certification (au capital inscrit au Tribunal de Commerce
de Paris sous le n° 14-0004019), est
rattachée à la Compagnie Régionale des Commissaires aux
Comptes de Provence et du Centre.
Société française membre du réseau KPMG constitué de
membres indépendants affiliés à KPMG International Limited,
une société de droit anglais (la « firme ») membre du
groupe KPMG.

Société enregistrée à Orléans
(N°d'inscription)
Département
Taux ICPCAC
2 avenue Gambetta
CS 94332
45000 Paris La Cité/Le Centre
Département : 45 487 140-0
775 226 417 RCS Orléans



- 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 ;
- 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 2024 - 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 2024

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 2024 - 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

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 2024 du salon Les Nauticales à La Ciotat dans le cadre de la DSP.

Bilan édition 2024

Fort des 2 premières éditions réalisées, le format de l'édition 2024 a été modifié dans sa durée et son positionnement, proposant ainsi une offre enrichie quantitativement et qualitativement.

En grande majorité les exposants sont satisfaits de la réduction de la durée du salon car la fréquentation quotidienne dans les allées a été augmentée de 27% par rapport à l'année précédente.

La prolongation de la panne 200 a permis une meilleure visibilité des bateaux exposés à flots et de donner plus d'attractivité au quai des capucins.

L'offre d'animation complètement décarbonée et ouverte à tous les publics a elle aussi été à nouveau rencontrée un grand succès.

Les rendez-vous proposés sur le salon tout au long de la semaine avec des personnalités emblématiques du monde du nautisme ont permis d'apporter du crédit au salon, de renforcer sa notoriété et son image auprès du public et des médias. Ils ont permis aussi de renforcer la qualité du programme des conférences proposées sur le salon.

Le salon a pu profiter d'une météo clémente, ce qui a contribué à améliorer l'objectif de visitorat avec un record de fréquentation de plus de 5000 visiteurs par jour le week-end.

La nouvelle stratégie de communication dans le but de toucher les intentionnistes acheteurs nautique ainsi que les CSP+ ont assuré un visitorat de meilleure qualité pour la plus grande satisfaction des exposants présents.

Prospectives 2025

Le positionnement stratégique de la prochaine édition ;

En 2025, c'est l'année de la mer en France, le salon dans son positionnement généraliste destiné à tous les passionnés de la mer s'inscrit complètement dans ce grand RDV 2025. L'environnement, la biodiversité, le climat et la protection des océans sont les premiers sujets de cette grande initiative nationale, ils seront au cœur de cette nouvelle édition.

L'emploi, au cœur des besoins de la filière nautique, L'implantation des Nauticales à La Ciotat, berceau des chantiers naval, légitime la création d'un focus emploi pendant toute la durée du salon par la mise en œuvre d'un forum des métiers.

Un rendez-vous national de tous les passionnés de la mer Les Nauticales organisés dans une des plus belles baies du monde et qui proposent une large gamme de produits et services liés au nautisme, de nombreuses animations, conférences gratuites doivent trouver un résonnement et un public national.

•

Les stratégies pour servir le positionnement

- Maintien de la durée standardisée du salon sur 6 jours
- Optimiser la visibilité des bateaux à quai et à flot autour du bassin avec le maintien du prolongement de la panne 200.

- Maintenir le principe de parrainage du salon par une célébrité correspondant au positionnement du salon ainsi que des ambassadeurs de renom sur les thématiques développées.
- Améliorer l'identification des zones thématiques : Innovation & Décarbonation - Pêche - Plongée - Forum des métiers, ...
- Dynamiser le Salon en valorisant les conférences et les animations : par une anticipation de la programmation et de la communication incitative à l'inscription.
- Donner une résonance nationale au salon en consacrant une partie du budget communication sur une stratégie digitale ciblée
- Continuer à améliorer la communication digitale vers des cibles plus qualifiées, CSP+ et intentionniste sur le secteur du nautisme (plongée, pêche, bateau, accastillage, ...)
- Optimiser la communication locale d'affichage et presse pour attirer un large public

Les propositions de dates, durée et horaires du salon à venir ;

- Maintien de la durée de 6 jours mais décalage de la plage dans la semaine : du mardi au dimanche plutôt que mercredi au lundi
- Dates proposées pour la prochaine Edition :
 - du mardi 18 au 23 mars 2024
 - du mardi 25 au 30 mars
- Horaires :
 - De 10 à 18h,
 - le vendredi de 10h à 22h avec l'organisation d'une soirée exposants et festives sur invitation.

Contacts

Délégué :

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

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

- Invitations :
- CP 1 : <https://www.lesnauticales.fr/communiquede-presse-1/>
- CP 2 : <https://www.lesnauticales.fr/communiquede-presse-2/>
- CP 3 : <https://www.lesnauticales.fr/communiquede-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

<p>LA GRANDE TAVERNE DE BAVIERE LOCO GLACES - MR ADRIEN BENDANO SAS DANCALE SAS KENZA DELICE SERGE MIGNE EVENEMENTS VERY GOOD TRUCK</p>
<p>PARTENARIAT</p>
<p>ACTION AUTOMOBILE VOLVO GL EVENTS Halle des Flots Bleus ONET</p>
<p>PRESTATIONS ANNEXES</p>
<p>SPL POLE NAUTISME MER ET DEVELOPPEMENT</p>
<p>STAND COUVERT</p>
<p>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</p>

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

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/ZqIvk1Ke/rOQiuMpQDCY0hRNI)

Enquête visiteurs :

- Formulaire : <https://la-provence.typeform.com/visiteurs2023>
- Réponses : <https://la-provence.typeform.com/report/ZqIvk1Ke/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

5.6. Contrats d'assurance

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

5.7. État des sinistres

Sinistres potentiels plaisanciers déplacés.

Voilier Ilrhéa : Ponton batotel - Dégats : plat bord et chandelier – Pb Pare battage – V : 500€ -
Déclaration assurance

Le Fidgi : Port La Ciotat - Dégats : Coque arr. et gel Coat – Pb Pare battage – V : 500€ - Sans suite

Le Piraha : VP PQ5t - Dégats : Moteur – Pb Pare battage – V : 500€ - Sans suite

Sinistres exposant.

Avant garde de Zeboat : P110 - Dégats : Gel Coat à frotté – Pb amarrage - Déclaration assurance