



**Arcachon**  
*expansion*

TOURISME - CONGRÈS - ANIMATION - CULTURE - COMMERCE

Envoyé en préfecture le 24/06/2025

Reçu en préfecture le 24/06/2025

Publié le

ID : 033-439504960-20250618-2025061807-DE

S<sup>2</sup>LO



**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS  
DU CONSEIL D'ADMINISTRATION  
D'ARCACHON EXPANSION  
Mercredi 18 juin 2025**

**ETAIENT PRESENTS :**

Mr. LUMMEAUX (1<sup>er</sup> Vice-président),  
Mr. SOULIER (2<sup>ème</sup> Vice-président  
MME MARESCOT (3<sup>ème</sup> Vice-présidente),

Mesdames BORDEDEBAT, CAUSSARIEU, FOULON, MAUPILE, THE

Messieurs CAVOLI, DELEPAUX, SEGURA, FANARA, MONS, TREUIL

**Pouvoirs :**

MR MARTINERIE a donné POUVOIR à Mme MARESCOT  
MME CASSOT a donné POUVOIR à Mme CAUSSARIEU

**A titre consultatif :**

Mme. DUGENY Directrice Générale d'Arcachon Expansion

**ETAIENT EXCUSES :**

Mr FOULON Président d'Arcachon Expansion,

Mesdames CASSOT, LAFONTAINE, DUBROCA

Messieurs BONNIN, PUJOL, SCAPPAZZONI, DAVID, MARTINERIE

**A titre consultatif :**

Mr MASSONNET Directeur Général des Services Mairie,  
Mme MALBRANQUE, Trésorière Principale  
Mme MIREMONT Responsable RH, Administratif et Finances.  
Mme DREAN, Directrice Animation-Evènementiel  
Mr DISSAUX, Directeur Culture.

**EXTRAIT DE DELIBERATION N°2025061807 : RAPPORT D'ACTIVITES DU CONTRAT DE  
CONCESSION DE SERVICE PUBLIC- ANNEE 2024**

Conformément à l'article L.3131-5 du Code de la Commande Publique, les concessionnaires produisent, chaque année un rapport comportant notamment les comptes retraçant la totalité des opérations afférentes à l'exécution du contrat de concession et analyse de la qualité des ouvrages ou des services.

La communication de ces rapports est mise à l'ordre du jour de l'assemblée délibérante la plus proche qui en prend acte.

Sur ce fondement, le concessionnaire a adressé son rapport au titre de l'année 2024, afin de présenter son bilan et sa gestion.

IL est donc fait communication du rapport d'activité reçu au titre de l'exercice 2024 :

Organisation et commercialisation de concerts/événements musicaux et ses services annexes au vélodrome d'Arcachon.

Cette délibération n'appelant aucune observation, **M LUMMEAUX**, demande au conseil d'administration de bien vouloir :

- **PRENDRE ACTE de la communication du rapport annuel joint.**
- **AUTORISER la Directrice Générale à mettre en place l'organisation nécessaire à l'exécution de cette délibération.**
- **AUTORISER la Directrice Générale à signer tous les documents nécessaires à l'exécution de cette délibération.**

Le conseil d'administration approuve à l'unanimité la délibération n°7 concernant le rapport d'activités du contrat de concession de service public – année 2024

Frédérique DUGENY  
Secrétaire de séance



Pour extrait certifié conforme  
Arcachon, le mercredi 18 juin 2025  
Bernard LUMMEAUX  
Vice-Président de la Régie Arcachon Expansion

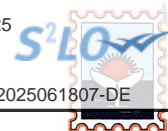


# RAPPORT D'ACTIVITÉ MAYDAY

## CONCERTS AU VÉLODROME – ÉTÉ 2024



**Mayday.**



## **SOMMAIRE**

<b>1. ANALYSE FINANCIÈRE.....</b>	<b>3</b>
a. Compte annuel de résultat de l'exploitation de la concession & Compte rendu financier détaillé.....	3
b. Détermination des produits et des charges directs et indirects : méthodes et éléments de calcul économique annuel et pluriannuel.....	6
c. Analyse du résultat financier.....	7
d. Conclusion : À garder/À améliorer.....	8
 <b>2. ANALYSE DE LA QUALITÉ DU SERVICE.....</b>	 <b>9</b>
a. Qualité du service.....	9
i. Descriptif des évènements et leurs publics (nombre de concerts, fréquentation, coût, recettes).....	9
Les concerts de l'édition 2024.....	9
<i>Photos de l'édition 2024</i> .....	12
<i>Analyse de la provenance des spectateurs</i> .....	13
Graphique de la typologie des spectateurs.....	14
Profil des publics.....	14
ii. Descriptif des activités annexes (VIP, restauration-buvette).....	15
iii. Descriptif des partenariats mis en oeuvre et bilan des relations avec les partenaires locaux.....	19
Présentation de la typologie des partenariats.....	19
Partenaires médias.....	21
iv. Note descriptive sur les actions de promotion, d'animation et de communication engagées.....	22
Présentation du plan promo.....	22
Timeline du plan promo.....	23
Dossier de Presse.....	24
Conclusion.....	24
v. Note descriptive sur les actions de sécurité, hygiène et accessibilité mise en oeuvre.....	25



Sécurité.....	25
Hygiène.....	28
Accessibilité.....	29
Conclusion : À garder/À améliorer.....	30
vi. Nature et description des incidents rencontrés et solutions apportés.....	30
Description.....	30
Conclusion : Pistes à améliorer.....	31
vii. Moyens mis au service de l'information des spectateurs & Bilan et traitement des réclamations/observations formulées par les usagers.....	31
Présentation des moyens.....	31
Typologie des réclamations/observations formulés et réponses apportées.....	34
Conclusion : A garder/A améliorer.....	34
b. Données techniques.....	34
i. Récapitulatif des effectifs internes.....	34
ii. Adaptations à envisager.....	35
iii. Rapport ou courriers émanant des autorités sanitaires, sécurité / Rapports et procès-verbaux des organismes chargés des contrôles.....	35
iv. Copie des attestations d'assurances.....	36



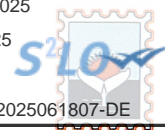
## 1. ANALYSE FINANCIÈRE

- a. Compte annuel de résultat de l'exploitation de la concession & compte rendu financier détaillé

RESULTAT BILAN					
FESTIVAL :		ARCACHON EN SCENE		VILLE :      ARCACHON	
DATE :		ETE 2024		LIEU :      VELODROME	
PRODUCTEUR :		MAYDAY PRODUCTIONS		HEURE :      20h30	
RECETTE			DEPENSES		
Billetterie Nette HT		514029,38 €	63,56%	A - ARTISTIQUE      295816,00 €      30,56%	
Recettes Bars		20833,33 €	2,58%	B - SITE & AMENAGEMENT      143974,78 €      14,88%	
Arcachon Expansion		200000,00 €	24,73%	C - SECURITE, SURETE ET PREVENTION      66381,48 €      6,86%	
Partenariat / Loges		42866,67 €	5,30%	D - TECHNIQUE      118458,90 €      12,24%	
DL PROD		28784,74 €	3,56%	E - FRAIS PRODUCTION      171079,78 €      17,68%	
Foodtruck		2250,00 €	0,28%	F - PROMO GLOBAL      49706,95 €      5,14%	
				G - DIVERS - Frais de structures      95302,09 €      9,85%	
				H - PARTENARIAT VIP      27175,71 €      2,81%	
TOTAL RECETTES		808764,12 €		TOTAL FRAIS      967895,69 €	
RESULTAT NET		-159131,57 €			

Récap Pointage	Ventes	Invitations	Total
Goldman	1 769	415	2 184
Obispo	3 192	260	3 452
BFO	5 778	393	6 171
Electro	7 138	343	7 481
Total	17 877	1 411	19 288

BUDGET REALISE DES FRAIS FIXES	
EVENEMENT : ARCACHON EN SCENE	
DATE : JUILLET AOUT 2024	
PRODUCTEUR : MAYDAY PRODUCTIONS	
<b>A - ARTISTIQUE</b>	<b>Réalisé</b>
23/07/2024 - L'Héritage Goldman	50 000,00€
24/07/2024 - Pacal Obispo - <b>Annulé</b>	0,00€
25/07/2024 - Bigflo & Oli	140 500,00€
27/07/2024 - Soirée Electro	105 316,00€
<b>TOTAL ARTISTIQUE</b>	<b>295 816,00 €</b>
<b>B - SITE &amp; AMENAGEMENT</b>	<b>Réalisé</b>
Location Site	8 469,97€
Fluides	37 390,85€
Nettoyage site & Gestion des déchets	17 439,50€
Aménagement Site	62 114,14€
Signalétique	1 200,00€
Engins et véhicules	10 540,32€
Chambres froides	1 860,00€
Divers régie site	4 960,00€
<b>TOTAL SITE</b>	<b>143 974,78 €</b>
<b>C - SECURITE, SURETE ET PREVENTION</b>	<b>Réalisé</b>
Chargé de sécurité + Contrôle structure réglementaire	7 000,00€
Gardiennage	11 672,79€
Sécurité	47 708,69€
<b>TOTAL SECURITE, SURETE ET PREVENTION</b>	<b>66 381,48 €</b>
<b>D - TECHNIQUE</b>	<b>Réalisé</b>
PRESTATION TECHNIQUE SCENE	118 458,90€
<b>TOTAL TECHNIQUE</b>	<b>118 458,90 €</b>
<b>E - FRAIS PRODUCTION</b>	<b>Réalisé</b>
Catering et repas	31 803,63€
Frais production & artistes	2 400,00€
Hebergement	41 332,62€
PERSONNEL	95 543,53€
<b>TOTAL FRAIS PRODUCTION</b>	<b>171 079,78 €</b>
<b>F - PROMO GLOBAL</b>	<b>Réalisé</b>
OUTDOOR MARKETING	25 686,35€
DIGITAL	14 290,60€
MEDIATISATION	9 730,00€
<b>TOTAL PROMO</b>	<b>49 706,95 €</b>
<b>G - DIVERS - Frais de structures</b>	<b>Réalisé</b>
Assurances	31 074,67€
Divers frais de structures	9 227,42€
Rémunération équipe projet	55 000,00€
<b>TOTAL DIVERS</b>	<b>95 302,09 €</b>
<b>H - PARTENARIAT VIP</b>	<b>Réalisé</b>
<b>TOTAL PARTENARIAT VIP</b>	<b>27 175,71 €</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>967 895,69 €</b>

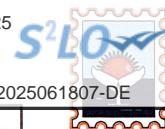


## BILLETTERIE DEFINITIVE - ARCACHON 2024

mardi 23 juillet

L'Héritage Goldman

Catégorie	Prix Prod	DL Prod	Invitations	Ventes	TOTAL Prix Prod	Total DL Prod
Carré Or - Plein Tarif	55,00 €			551	30 305,00 €	
Cat 1 - Plein tarif	41,00 €			443	18 163,00 €	
Cat 1 - Adhérent / Réduit	35,00 €			199	6 965,00 €	
Cat 1 - Tarif Groupe	30,00 €			8	240,00 €	
Cat 1 - Fete des Meres	31,00 €			13	403,00 €	
Cat 2 - Plein Tarif	41,00 €			522	21 402,00 €	
Cat 2 - Fete des Meres	31,00 €			17	527,00 €	
PMR + Accompagnateur	35,00 €			14	490,00 €	
Acces Parterre Facilité	35,00 €			2	70,00 €	
Invitations carré or	0,00 €		93			
Invitations riverains	0,00 €		184			
LOGE VIP	0,00 €		30			
Invitation CAT 2	0,00 €		2			
Invitation CAT 1	0,00 €		106			
<b>TOTAL TTC</b>			<b>415</b>	<b>1769</b>	<b>78 483,00 €</b>	<b>3 558,50 €</b>
TVA	2,10%				1 614,24 €	73,19 €
<b>TOTAL HT</b>					<b>76 868,76 €</b>	<b>3 485,31 €</b>
SACEM	8,80%				6 764,45 €	
AGESSA SACEM	1,10%				74,41 €	
CNM	3,50%				2 690,00 €	
RC	0,16%				122,99 €	
Organique	0,15%				115,30 €	
<b>Billetterie Net HT</b>					<b>70 586,91 €</b>	



Debout	30,00 €	2,00 €	66	1 980,00 €
PMR + Accompagnateur	34,00 €	2,00 €	27	918,00 €
Invitations	0,00 €	0,00 €	393	
<b>TOTAL</b>			<b>393</b>	<b>5778</b>
TVA	5,50%			233 645,00 €
TOTAL HT				11 874,60 €
SACEM	8,80%			12 180,55 €
AGESSA SACEM	1,10%			619,05 €
CNM	3,50%			221 464,45 €
RC	0,16%			11 255,55 €
Organique	0,15%			19 488,87 €
<b>Billetterie Net HT</b>				<b>204 579,21 €</b>

## samedi 27 juillet Soirée Electro

Catégorie	Prix Prod	DL Prod	Invitations	Ventes	TOTAL Prix Prod	Total DL Prod
Assis / Debout Placement Libre	39,00 €			5727	223 353,00 €	
Assis / Debout Placement Libre	35,00 €			445	15 575,00 €	
Assis / Debout Placement Libre	34,00 €			920	31 280,00 €	
Assis / Debout Placement Libre	33,00 €			26	858,00 €	
Assis / Debout Placement Libre	30,00 €			9	270,00 €	
PMR + Accompagnateur	34,00 €			11	374,00 €	
Invitations	0,00 €		343			
<b>TOTAL</b>			<b>343</b>	<b>7138</b>	<b>271 710,00 €</b>	<b>14 816,30 €</b>
TVA	5,50%				14 164,98 €	772,41 €
TOTAL HT					257 545,02 €	14 043,89 €
SACEM	8,80%				22 663,96 €	
AGESSA SACEM	1,10%				249,30 €	
CNM	3,50%				9 014,00 €	
RC	0,16%				412,07 €	
Organique	0,15%				386,32 €	
<b>Billetterie Net HT</b>					<b>238 863,25 €</b>	

TOTAL BILLETTERIE NET H.T.

514 029,38 €

TOTAL DL PROD HT

28 784,74 €

Catégorie	Prix Prod	DL Prod	Invitations	Ventes	TOTAL Prix Prod	Total DL Prod
Carré Or - Plein tarif	70,00 €	2,00 €		1082	75 740,00 €	
Cat 1 - Plein Tarif	60,00 €	2,00 €		1036	62 160,00 €	
Cat 1 - Adhérent	55,00 €	2,00 €		57	3 135,00 €	
Cat 1 - Réduit Demandeur d'emplc	50,00 €	2,00 €		119	5 950,00 €	
Cat 2	60,00 €	2,00 €		873	52 380,00 €	
PMR + Accompagnateur	50,00 €	2,00 €		23	1 150,00 €	
Acces Parterre Facilité	50,00 €	2,00 €		2	100,00 €	
Invitations	0,00 €	0,00 €	260			
<b>TOTAL</b>			<b>260</b>	<b>3192</b>		
TVA	2,10%				0	0,00 €
TOTAL HT					0	0,00 €
SACEM	8,80%				0	
AGESSA SACEM	1,10%				0	
CNM	3,50%				0,00 €	
RC	0,16%				0	
Organique	0,15%				0	
<b>Billetterie Net HT</b>					<b>0,00 €</b>	



b. Détermination des produits et des charges directs et indirects :  
méthodes et éléments de calcul économique annuel et  
pluriannuel

**> Produits :**

1. Produits directs (liés directement à l'activité principale) :
  - Billetterie nette HT : 514 029,38€ (63,56%)
  - Recettes bars : 20 833,33€ (2,58%)
2. Produits indirects :
  - Arcachon Expansion (subvention) : 200 000€ (24,73%)
  - Partenariat/Loges : 42 866,67€ (5,30%)
  - DL PROD : 28 784,74€ (3,56%)
  - Foodtruck : 2 250€ (0,28%)

Total des produits : 808 764,12€

**> Charges :**

- Artistique : 295 816€ (30,56%)
  - L'Héritage Goldman : 50 000€
  - Bigflo & Oli : 140 500€
  - Soirée Electro : 105 316€
- Technique (prestation scène) : 118 458,90€ (12,24%)
- Site & Aménagement : 143 974,78€ (14,88%)
  - Location, fluides, nettoyage, aménagements divers
- Sécurité, Sûreté et Prévention : 66 381,48€ (6,86%)
  - Gardiennage, sécurité, contrôles
- Frais de production : 171 079,78€ (17,68%)
  - Catering, hébergement, personnel
- Promo global : 49 706,95€ (5,14%)
  - Marketing, digital, médiatisation
- Frais de structures : 95 302,09€ (9,85%)
  - Assurances, frais divers, rémunération équipe
- Partenariat VIP : 27 175,71€ (2,81%)

Total des charges : 967 895,69€

Résultat net : -159 131,57€



### **Analyse économique :**

1. Les recettes de billetterie couvrent environ 53% des charges totales. Les fréquentations sur les soirées de Bigflo & Oli et la soirée electro sont bonnes. Celle de l'Héritage Goldman n'était pas à la hauteur de ce que nous espérions. Nous devons renforcer la programmation sur l'édition 2025 afin d'optimiser les recettes billetteries. Objectif pour 2025 +45% sur le CA de la billetterie
2. La subvention d'Arcachon Expansion (200 000€) représente près de 25% des produits totaux, soulignant l'importance du soutien d'Arcachon Expansion..

Le déficit de 159 131,57€ démontre que le modèle économique nécessite des ajustements, en augmentant d'une part les recettes (Billetterie, sponsoring) mais également en optimisant le dispositif d'accueil du public afin d'améliorer les recettes annexes et l'expérience public sur cet évènement.

#### **c. Analyse du résultat financier**

Pour cette première année d'exploitation, nous accusons un déficit de 159 000 € HT. Il est important et aurait pu être pire si Pascal Obispo avait joué. Dans notre malchance, l'assurance des frais liés au concert a constitué un effet d'aubaine.

Le modèle économique reste donc à trouver. L'équilibre est recherché pour 2025, a minima. L'année 2026 doit être source d'un bénéfice à la hauteur de l'investissement réalisé.

#### **d. Conclusion : À garder/À améliorer**

L'analyse détaillée des charges et des revenus nous permet d'identifier des axes d'amélioration pour optimiser la rentabilité des prochaines éditions.

##### Ce que nous souhaitons conserver :

Nous avons d'emblée réuni une équipe experte et opérationnelle dans la maîtrise des coûts et dans l'optimisation des recettes. Nous souhaitons garder ce niveau de compétence et d'expertise, qui a un coût induit important mais qui est nécessaire à la réussite de l'évènement à moyen terme.

##### Ce que nous souhaitons améliorer :

L'équipement du site a un coût très élevé. Il est nécessaire de bien travailler le format, d'améliorer l'implantation du site et les circulations des publics. Nous souhaitons conserver la jauge assis/debout. En revanche, nous ne pouvons pas conserver la jauge



toute assise qui implique une capacité trop faible et des frais supplémentaires qui ne nous permettent pas de trouver un équilibre financier sur ce format.

Nous conservons sensiblement les mêmes prix de places, avec une légère augmentation, et des prix similaires pour les produits annexes.



### L'HERITAGE GOLDMAN

mar. 23 juil. 2024 - 20:00

### ARCACHON

VÉLODROME  
D'ARCACHON

RÉSERVER



### PASCAL OBISPO

mer. 24 juil. 2024 - 20:00

### ARCACHON

VÉLODROME  
D'ARCACHON

RÉSERVER



### BIGFLO & OLI

jeu. 25 juil. 2024 - 20:00

### ARCACHON

VÉLODROME  
D'ARCACHON

RÉSERVER



### MARTIN SOLVEIG + BAKERMAT + THE AVENER

sam. 27 juil. 2024 - 20:00

### ARCACHON

VÉLODROME  
D'ARCACHON

RÉSERVER

## 2. ANALYSE DE LA QUALITÉ DU SERVICE

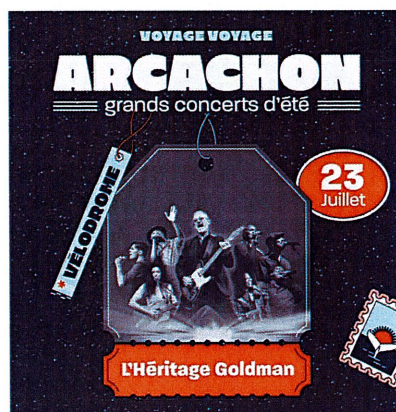
### a. Qualité du service

- i. Descriptif des événements et leurs publics (nombre de concerts, fréquentation, coût, recettes)

### Les concerts de l'édition 2024

"Cette nouvelle édition met à l'honneur divers univers musicaux. Chanson française, récital inclassable, mais aussi un virement de bord avec de l'urbain et l'électro !

Arcachonnais, vacanciers, amoureux de musique et grands curieux, soyez prêts à embarquer pour un périple festif et convivial, que vous n'êtes pas prêts d'oublier."

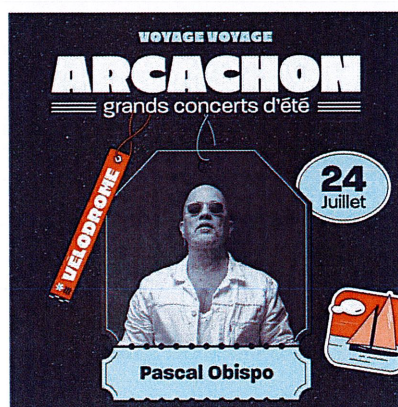


### **Héritage Goldman :**

“Les plus grandes chansons de Jean-Jacques Goldman revisitées par Erick Benzi, son réalisateur et arrangeur historique.

Sur scène, Michael Jones et les plus belles voix de la nouvelle scène française interprètent les grands tubes de Jean-Jacques Goldman, entourés des musiciens et de l'équipe artistique originelle de Goldman.

Deux heures de musique et de performances d'exception, pour s'émouvoir, chanter et danser ensemble sur un répertoire intemporel touchant toutes les générations.”



### **Pascal Obispo :**

Pour fêter sur scène 30 ans de succès, Pascal Obispo, accompagné de 12 musiciens, propose depuis octobre 2023 sa tournée événement. L'artiste a conçu un show dont il a le secret, à la fois explosif, convivial et chargé d'émotions. Il y chante ses plus grands succès égrenés au cours de 30 années consacrées à la musique, ainsi que ceux composés pour ses amis artistes.

Pascal Obispo, très attaché au Bassin d'Arcachon, a été un des premiers à occuper la scène en 2001. Un retour donc symbolique pour les Grands Concerts d'Été et pour la ville d'Arcachon.



### **Bigflo & Oli :**

Bigflo & Oli présentent leur 4e album intitulé « Les autres c'est nous », préparé pendant deux ans entre Toulouse, Barcelone et Los Angeles.

Plus d'1 milliard de vues sur Youtube, plus d'1 million d'albums vendus, trois Victoires de la Musique, 8 NMA : le succès de Bigflo & Oli est incontestable. En quelques années seulement, ils sont devenus une des références de la scène musicale française.

Après une première tournée des petites salles sold-out, ils ont entamé, depuis mars 2023 une tournée des Zéniths ainsi qu'un concert à Paris la Défense Arena le 8 décembre 2023 et des stades au printemps 2024.



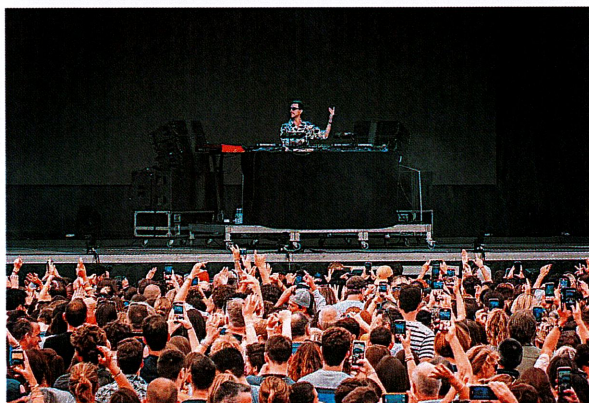
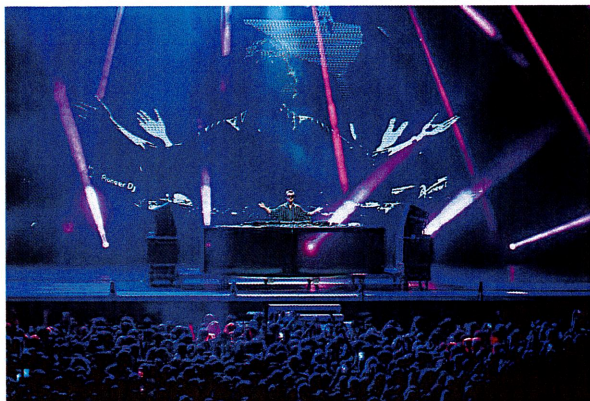
### **The Avener + Bakermat + Martin Solveig :**

Producteur, DJ, mais aussi créateur touche à tout, Martin Solveig a toujours mis une attention toute particulière à travailler son image et à raconter des histoires. A travers ses clips, ses Live shows, ses photos, on comprend que son talent ne se résume pas seulement à la production de musique, mais à l'expression d'un univers et d'une vision du monde.

The Avener, Bakermat seront également sur le plateau électro.

### **Photos de l'édition 2024**

L'édition 2024 a rassemblé près de 17 000 spectateurs. Via les questionnaires de satisfaction, ils ont été unanimes sur la satisfaction du retour des Grands Concerts et expriment leur attente de l'édition 2025. Quelques photos illustrant cet enthousiasme et l'ambiance des Grands Concerts :



### **Analyse de la provenance des spectateurs**

A l'issue de chaque concert, nous avons diffusé un questionnaire de satisfaction à l'ensemble des clients afin de recueillir leurs avis, identifier des axes d'amélioration et mieux connaître nos publics.

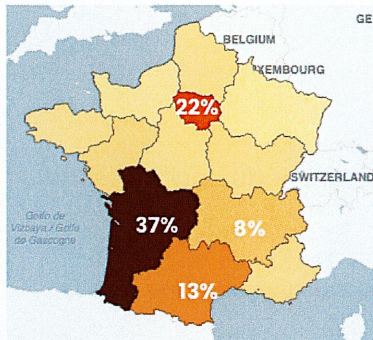
Les publics sont **majoritairement locaux, pour 54%** d'entre eux, habitant dans un rayon de 21 km en moyenne autour d'Arcachon. **27% des clients résident dans la région**, à une distance comprise entre 50 et 130 km, et se sont déplacés spécifiquement pour le concert. Enfin, **19% d'entre eux sont des touristes** de passage dans la région.

## Graphique de la typologie des spectateurs

### "TOURISTES OPPORTUNISTES"

Habitant à plus de 130 km d'Arcachon (moyenne 400km)

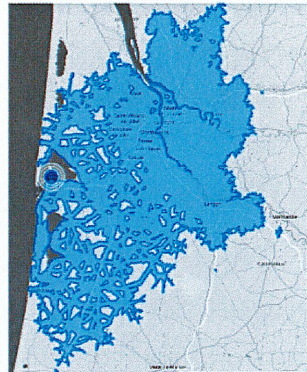
**19 % du total acheteurs**



### "RÉGIONAUX VENUS SPÉCIFIQUEMENT"

Habitant entre 130 et 50 km de distance d'Arcachon (1h30 max de trajet, moyenne 62 km)

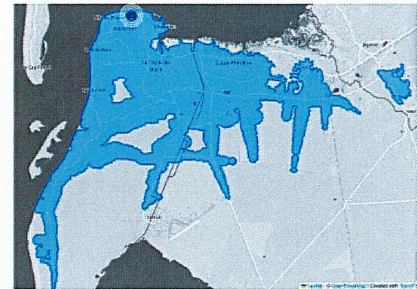
**27 % du total acheteurs**



### "ULTRA LOCAUX"

Habitant à moins de 30 km d'Arcachon (moyenne : 21 km)

**54 % du total acheteurs**



## Profil des publics

La richesse et la diversité de la programmation se retrouvent dans les profils des clients. Nous constatons une diversité, tant dans l'âge que les motivations ou les canaux de communication utilisés.

- Pour les 54% "d'ultra-locaux" résidant à Arcachon ou proches alentours, les Grands Concerts d'Été sont un **événement incontournable d'animation de la ville et du Bassin**
- Un **événement inter-générationnel qui rassemble** :
  - 70% des répondants pour le concert de L'Héritage Goldman sont âgés de plus de 55 ans
  - 45% des répondants pour le concert de Bigflo & Oli ont moins de 35 ans, dont 20% de lycéens / étudiants
  - La soirée électro illustre l'effet de rassemblement avec 57% des répondants âgés de 35 à 55 ans.

**99% des répondants se déclarent satisfaits par Les Grands Concerts d'Été et recommandent l'événement.**

## ii. Descriptif des activités annexes (VIP, restauration-buvette)

### > LOGES VIP

Quatre loges VIP étaient disponibles à la vente pour chaque soirée, au tarif de 6 000 euros HT par soirée, incluant une capacité de 30 invités, un service traiteur, et un personnel dédié. En contrepartie, les partenaires bénéficiaient de la visibilité de leur logo sur le panneau et les bâches des partenaires, ainsi que sur le site web.

23 juillet (Héritage Goldmann) : **1** loge vendue

24 juillet (Pascal Obispo – Annulé) : **3** loges vendues

25 juillet (Bigflo et Oli) : **4** loges vendues

27 juillet (Plateau électro) : **3** loges vendues + une partie de loge le soir du concert (sans prestation traiteur)

Les loges ont rencontré un franc succès. On constate que les entreprises privilégient les soirées ciblant un public plus jeune et largement accessible.

Deux propositions d'achat de loges ont été formulées sur place le soir du dernier concert. Il s'agissait de personnes ou d'entreprises qui avaient déjà leurs places, mais qui souhaitaient disposer d'un espace plus calme leur permettant d'éviter les files d'attente pour se rafraîchir et de profiter d'un moment convivial avec leurs accompagnants. Ces intéressés n'étaient pas informés de la possibilité d'acquérir des loges.

La prestation de traiteur a été de grande qualité, avec une équipe très professionnelle. Toutefois, quelques ajustements pourraient être apportés aux repas proposés, selon les retours reçus de certaines entreprises ayant bénéficié des loges. Nous prévoyons de collaborer à nouveau avec le même traiteur l'année prochaine.

Le démarchage préalable au festival a été relativement complexe en raison de l'annonce tardive de la reprise de celui-ci et de la programmation. De nombreuses entreprises avaient déjà finalisé leurs budgets ou disposaient de ressources limitées.

### > BAR À VIN

Nous avons également mis en place une tente "bar à vin" dédiée aux invités VIP, qui bénéficiaient de deux verres offerts ainsi que d'un apéritif salé. Cependant, l'emplacement de la tente n'était pas optimal, offrant une vue partielle sur la scène. Initialement prévue

comme un espace privatisé, elle a finalement été rendue accessible au public en raison du nombre insuffisant d'invités VIP.

Malgré cette ouverture, les files d'attente aux buvettes sont restées très encombrées, particulièrement lors de la dernière soirée, qui a enregistré la plus forte affluence sur le site.

> RESTAURATION ET BUVETTE

Quatre foodtrucks ont proposé leurs services sur l'événement :

**Green Tukky, Tuk tuk ambulant (Arcachon) :**

Il s'agit d'un commerce ambulant de type alimentaire Food-truck en tuk tuk.  
Le triporteur est 100% électrique, 100% autonome et doté de panneaux solaires sur le toit. Il est donc propre et écologique et s'installe partout et dans n'importe quel espace. Un mini commerce mobile, silencieux, non polluant, sans odeur ni fumée. Il s'installe en 5 minutes.  
Dimension du Tuk Tuk : 1.4 X 3.5 m

Concept culinaire :

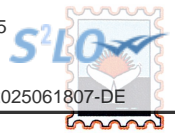
Vente de produits alimentaires finis, pas de fabrication sur place. Juste réchauffer et envoyer. Vente de produits gourmands, sucrés et salés et essentiellement BIO :  
Glaces à l'italienne, crêpes, paninis, tacos, hot-dogs, granités...

Carte et tarifs :

Glace à l'italienne simple BIO	3,50€
Glace à l'italienne double BIO	5,00€
Crêpe	3,50€
Panini	6,00€
Tacos	6,00€
Hot- Dog (pain brioché pur bœuf+oignons frits)	5,50€
Granité	3,50€

**Les Toqués du bassin, foodtruck (Arcachon) :**

Les Toqués du Bassin, c'est une équipe de jeunes chefs passionnés par la gastronomie et toujours en quête de nouvelles saveurs.



Inspirés par la cuisine du monde, nous savons nous adapter à toutes vos envies pour vous fournir une prestation de qualité !

Passionnés par la cuisine et animés par l'envie de vous fournir une prestation traiteur à la hauteur de vos attentes, nous défendons des valeurs chères à nos cœurs : convivialité, partage, produits locaux et de saisons au circuit court, adaptabilité.

### **La Cuisine à Manu, stand (Bassin / Le Porge) :**

Fondée il y a 5 ans par Emmanuel Goncalves, ancien chef cuisinier du restaurant Le Pinasse Café au Cap-Ferret, La Cuisine de Manu est le fruit de plus de 40 ans d'expérience culinaire. Grâce à son foodtruck, Emmanuel a créé un restaurant mobile qui endosse plusieurs rôles : traiteur, chef à domicile, événementiel, et cours de cuisine. La Cuisine de Manu intervient lors de divers événements, qu'ils soient privés, professionnels ou publics. Leur cuisine, principalement axée sur les produits de la mer, est élaborée avec des ingrédients frais et de saison.

### **Maison Samaran, stand (Toulouse) :**

L'histoire de cette entreprise spécialisée dans le canard, devenue au cours des décennies une institution toulousaine, a démarrée en 1968 avec Danielle et Pierre Samaran. Déjà adepte des circuits courts, Pierre décide de travailler en direct avec les éleveurs et les gavageurs de canard du Tarn. La petite boutique qui a fait le choix de la qualité est aujourd'hui une entreprise florissante. Christophe et David Samaran, les fils, ont repris l'entreprise en 1988 et n'ont cessé de proposer des produits de qualité et d'adapter leur offre à la demande de leurs clients, en constante évolution.

Uniquement lors des concerts debout de Bigflo et Oli et la soirée électro.

### Plats proposés :

- Sandwichs froids (foie gras confit d'oignon, poulet tomate confite roquette et jambon serrano huile d'olive tomate)
- Plats chauds (burger de canard maison, hot dog de canard maison, cœur de canard en persillade et frite fraîche maison).

En ce qui concerne les bars lors de l'exploitation, cette prestation est assurée par l'entreprise *Motel Services*, une agence événementielle spécialisée en bars. Ceux-ci adaptent leurs prestations à chaque festival ou concert, et aux besoins de leurs clients et partenaires :

- Accompagnement sur l'implantation des bars (nombre, dimension, thème)
- Construction de la carte des consommations
- Gestion achats, relation et négociation fournisseurs
- Régie technique bar et logistique
- Formation, recrutement, encadrement des équipes



Quelques références : Le Printemps de Bourges, Les Francfolies de La Rochelle, Worldwide Festival, Les Escales à Saint Nazaire, La Route du Rock à Saint Malo, Check in Party à Guéret...

### **Analyse de leur succès/insuccès**

Les propositions nourriture et boissons sont indispensables sur ce type d'événement. Nous avons fait une proposition croissante au fil des jours puisque les remplissages allaient croissants. Si les flux de personnes ont été globalement fluides, la dernière soirée, marquée par une forte affluence, a généré des temps d'attente importants. Cela a suscité plusieurs retours négatifs de la part de visiteurs mécontents de patienter aussi longtemps. Si les bars et le personnel étaient en nombre suffisant, les prestataires de nourriture étaient en nombre insuffisant chaque jour. et les propositions pas suffisamment variées. Les files d'attente occupaient un espace conséquent, entravant parfois la circulation du public dans la zone parterre. Il s'agit de mieux appréhender la demande.

De plus, et pour l'économie de la manifestation, nous souhaitons optimiser ce poste.

### **Conclusion : À garder/À améliorer**

Nous souhaitons garder le prestataire bar qui a été remarquablement efficace ainsi que certains des prestataires de nourriture comme Samaran, Les Toqués du bassin ou encore Green Tukky pour ses propositions originales et sa conformité à nos attentes environnementales.

Pour 2025, il serait pertinent d'agrandir la zone dédiée aux foodtrucks en positionnant certains à l'extérieur du vélodrome suivant les préventes de la soirée, permettant ainsi au public d'accéder à une offre de restauration avant d'entrer, notamment pendant la file d'attente. En 2024, une grande partie des visiteurs se dirigeait directement vers les foodtrucks dès leur entrée dans le vélodrome avant le début des concerts.

En 2024, les foodtrucks ont payé un tarif fixe par jour pour leur emplacement, mais il serait judicieux pour la prochaine édition d'instaurer une rétribution basée sur un pourcentage de leur chiffre d'affaires. Pour mieux encadrer les transactions, chaque foodtruck pourrait être équipé d'un terminal de paiement dédié.

Nous envisageons en 2025 de proposer notre propre offre de snacking pour augmenter nos revenus financiers.

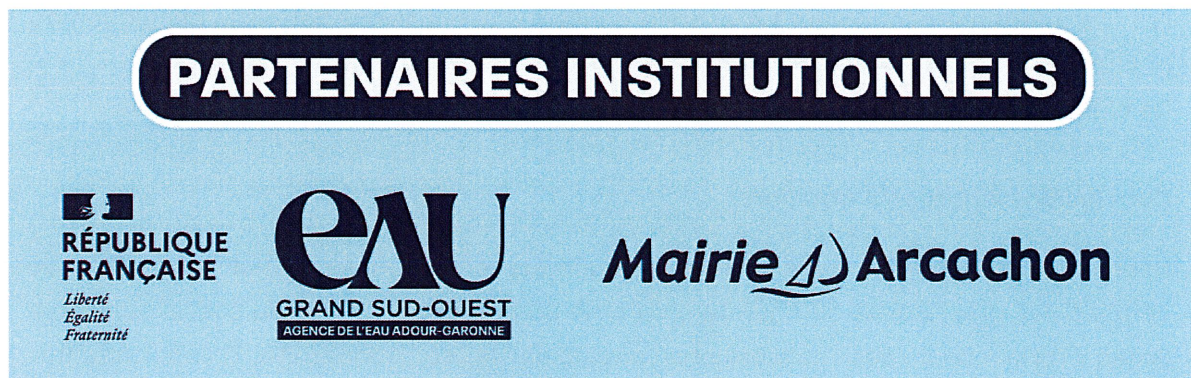


### iii. Descriptif des partenariats mis en oeuvre et bilan des relations avec les partenaires locaux

Plusieurs partenaires, clients et médias nous ont fait confiance sur l'organisation des Grands Concerts d'été d'Arcachon. Les partenaires ont soutenu l'organisation des concerts et les partenaires privés et clients ont apporté un soutien financier. De nombreuses opérations promotionnelles avec des médias régionaux et locaux ont également été mises en place.

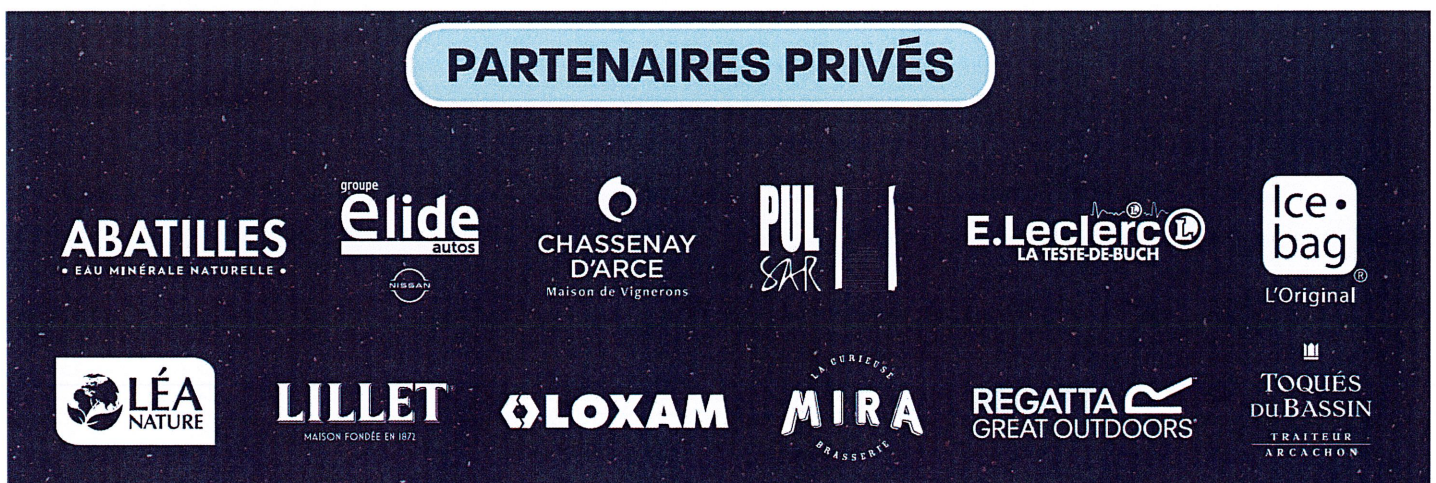
#### **Présentation de la typologie des partenariats**

##### Partenaires institutionnels



TOURISME-CONGRÈS-ANIMATION-CULTURE-COMMERCE

##### Partenaires privés & clients





ENTREPRISE	Apport partenaire	Apport Mayday
Abatilles	Dotation eau	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
AGS Auto	Achat 1 loge + prêt voitures	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Chassenay D'Arce	Fournisseur champagne (achat Motel) + 5000 euros	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Côte d'Argent Autos	Achat 1 loge	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Groupe Pulsar	Achat 1/2 loge	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Ice Bag	Dotation ice bags	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Lea Nature	Dotation snacks vente aux bars	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Leclerc	Achat 4 loges	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Lillet	Prêt mobilier	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Loxam	Achat 1/2 loge	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Mira	Achat 1 loge + fournisseur bière (achat Mayday)	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Regatta	Fournisseur t-shirts (achat Mayday à prix réduit) + coupe vent (gratuité)	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes
Toqués du bassin	Achat 1 loge + traiteur loge et bar à vin (achat Mayday)	logo site web + panneau partenaires + bâches rambardes

L'ensemble des prestations repose sur un échange de services (ici, communication ou mise à disposition de matériel) ou financier de la part de l'entreprise. Mayday propose d'intégrer les entreprises partenaires dans sa communication.

### **Partenaires médias**





MÉDIAS	Apport partenaire	Apport Mayday
France Bleu Aquitaine	Campagne de spots publicitaires, de speaks radio et jeux concours : du 18/03 au 24/03 ; du 15/04 au 21/04 ; du 20/05 au 26/05 et du 14/07 au 21/07.	Dotation de places pour jeux concours + visibilité en communication (logo apparent sur le panneau partenaires, site web, bâches partenaires, campagnes d'affichage, loge, flyers et dans le dossier de presse)
Cityz	Réseaux protégés d'affichage (Arcachon, La Teste, Bordeaux)	Communication (logo apparent sur le panneau partenaires, site web, bâches partenaires, campagnes d'affichage, loge, flyers et dans le dossier de presse) et relations publiques (loges)
Ma ville	Bannières pages Facebook Communautés Ma Ville	8 places

### **Conclusion : À garder/À améliorer**

Les partenariats mis en œuvre nous ont assuré une couverture et un rayonnement géographique, tant physique et visuel (espaces d'affichage protégé), que digital via les communautés "Ma Ville" et radio avec France Bleu. Ce sont des atouts importants pour asseoir la notoriété des concerts, et communiquer régulièrement et localement auprès des publics.



iv. Note descriptive sur les actions de promotion, d'animation et de communication engagées

### Présentation du plan promo

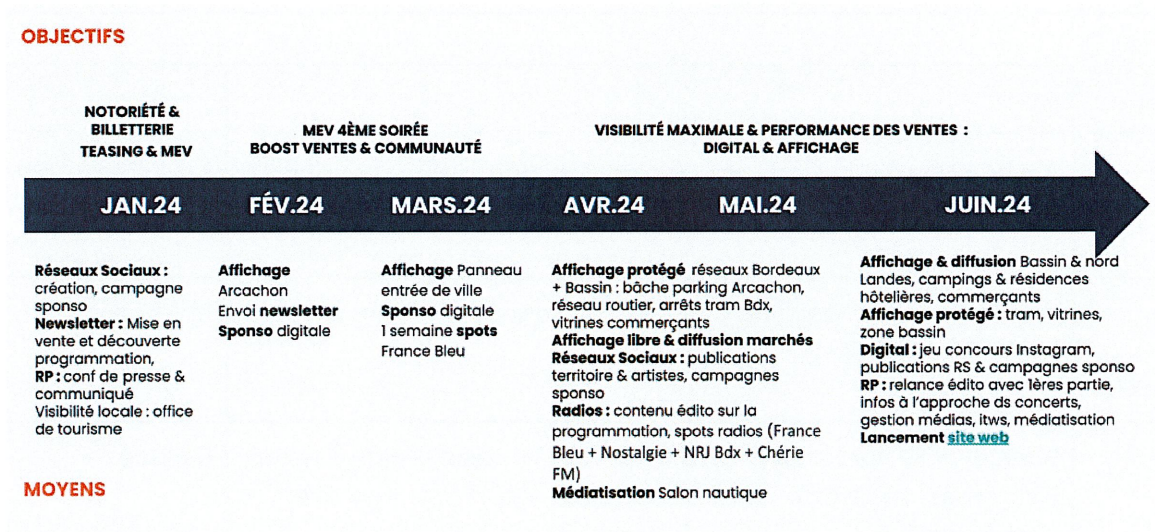
Le plan de communication défini et mis en oeuvre avait plusieurs objectifs :

- Relancer la notoriété des concerts après plusieurs années d'arrêt
- Installer la nouvelle identité visuelle des concerts
- Garantir la performance des ventes

Plusieurs leviers ont été actionnés, tant l'outdoor marketing, que le digital et la médiatisation, répartis tout au long de la commercialisation et pendant les concerts.

En terme de stratégie digitale, nous soulignons la création du compte Instagram, d'un site web, ainsi que la mise en place de jeux concours et d'une stratégie de micro-influence (contreparties de 2 places par influenceur assistant aux concerts, 6 sont venus).

### Timeline du plan promo





Un effort tout particulier a notamment été réalisé avec les médias locaux :



MEDIA	Communication	Apport Mayday
NRJ	150 spots promo + jeu antenne du 11/05 au 17/05 et du 13/07 au 19/07	70 billets
Chérie FM	100 spots promo + jeu antenne du 11/05 au 17/05 et du 13/07 au 19/07	
Nostalgie	100 spots promo + jeu antenne du 11/05 au 17/05 et du 29/06 au 06/07	
Plage FM	2 semaines de promo + jeu antenne	2x2 places/soir (12)
ARL	Jeu promo + 40 spots + 20 speaks + communication web & RS	2 places/soir (10)
FGL	2 semaines de promo + jeu antenne	2x2 places/soir (12)
RFM	1 semaine promo du 17/06 au 24/06 + 1 semaine promo du 15/07 au 23/07	3x2 places pour Obispo (12)

Junkpage	Print	
Pass Culture	Ajout des titres BFO & soirée électro dans la playlist départementale dispo sur l'appli, concours places à gagner via notifications push	2x2 places pour BFO + soirée électro (8)
Guide Bassin d'Arcachon	Promo dans le magazine de juillet + réseaux sociaux et site web (à partir du 10 juillet)	12 places
M Radio	Bannières FB sur les pages FB Arcachon, La Teste, Gujan, Cazaux, Biscarosse, Lège Cap Ferret (100K abonnés) + co-orga event + post épinglé	6 places

#### Quelques chiffres pour illustrer le plan de communication :

- 23 activations outdoor marketing : réseaux protégés, affichage libre, diffusion de flyers, affichage boutique
- canaux de communication les plus performants :
  - Réseaux sociaux : 50%
  - Presse & médias : 15%

- Affichage : 10%
- 100 contenus publiés sur les réseaux sur le seul mois de juillet, générant la multiplication par trois des abonnés Instagram ainsi que du taux d'engagement

***Dossier de Presse à retrouver en annexe.***

### **Conclusion**

La stratégie digitale a été un levier majeur pour l'édition 2024, et sera encore plus performante grâce à la connaissance des publics pour les cibler plus précisément. Nous allons renouveler les collaborations avec des influenceurs et les médias locaux, ainsi que les jeux concours.

L'affichage sera amélioré par le renouvellement de l'identité graphique, plus dynamique, et permettant plus de variations afin de rester percutante au fil des mois de commercialisation.

- v. Note descriptive sur les actions de sécurité, hygiène et accessibilité mise en œuvre

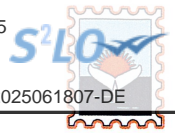
### **Sécurité**

La sécurité du site a été confiée à la société Titan, spécialisée dans l'événementiel et les concerts, ainsi que le gardiennage du site dès la mise en place des premières livraisons. Aucun incident n'a été rapporté et les relations avec la Police Municipale et la Police Nationale ont été parfaitement coordonnées avec nos équipes. Le support de la brigade "sentinelle" a été aussi un facteur rassurant au niveau des questions de sûreté.

Nous avons rencontré quelques difficultés avec le voisinage pour des questions de stationnement. Les arrêtés de stationnement n'étaient pas toujours compris ni acceptés. Nous avons géré au cas par cas avec le soutien du personnel d'Arcachon expansion et de la Police Municipale.

Le courrier distribué aux riverains par Arcachon expansion et le macaron voiture pour la circulation ont permis de faire connaître l'événement et de faciliter le travail des équipes et la bonne mise en œuvre des livraisons et du barrière.

**VOIR ANNEXE A**



### › **Distribution électrique et éclairages**

L'ensemble de l'événement sera alimenté par une livraison EDF. Des éclairages ont judicieusement été disposés sur l'ensemble du site afin de permettre un éclairage par zone. La livraison et les distributions électriques ont été mises en place par des électriciens professionnels dûment habilités.

Les câbles alimentant les différents points de distribution ont été passés en aérien et des passages de câbles ont été prévus pour les derniers points d'alimentation. La Grande Scène était alimentée par un Groupe Électrogène Twin Pack secouru. En cas de défaillance du premier groupe électrogène, le second groupe prend le relais automatiquement.

#### ECLAIRAGE DE SECOURS

Des éclairages de secours ont été positionnés sur l'ensemble du site, couvrant les sorties de secours. Ces alimentations dépendaient d'une alimentation spécifique (bloc autonomes de sécurité). Des éclairages de secours étaient également positionnés sur la face de la scène couvrant l'ensemble de la zone Concert.

#### CONTRÔLES

Le bureau de contrôle électrique ANCO a été mandaté par l'Organisation pour un contrôle de toutes les installations.

### › **Accès des services de secours**

#### **VOIR ANNEXE A1**

Un dispositif a été mis en place en concertation avec le SDIS.

Des voies prioritaires d'accès pompiers sont présentées et schématisées sur le plan joint. Elles permettent aux véhicules de secours d'accéder à n'importe quelle zone du site. Elles étaient libres d'accès pendant les ouvertures au public et surveillées par des agents de sécurité.

### › **Issue de secours et évacuation du public**

#### **VOIR ANNEXE A1&A2**

Sur la totalité du site pour effectif PA de 9000 personnes :

5 DÉGAGEMENTS / 30 UNITÉS DE PASSAGE totalisant 18m



Sur place étaient créées 6 IS totalisant 48 UP.

Si nécessaire, l'ouverture de ces évacuations est possible par les agents de sécurité de chaque zone. Dans l'éventualité d'une évacuation totale du site, suite à la décision de l'Organisateur et du chargé de sécurité, l'ordre est donné par le Chargé de Sécurité et le Directeur Technique en concertation avec les SSIAP.

#### > **Secouristes**

L'ADPC a été mandaté par les organisateurs pour couvrir l'ensemble de la manifestation. Ils ont apporté leur matériel de premiers secours et étaient sur place avec 14 secouristes. Effectif selon le DPS en **ANNEXE A4**.

#### > **Défense incendie**

### **VOIR ANNEXE A2**

Des extincteurs appropriés aux risques ont été disposés selon les principes suivants :

Des extincteurs *H2O en 6L*, répartis sur les zones publiques et ERP de façon accessible aux agents de moins de 20m.

Des extincteurs *CO2* positionnés à chaque armoire électrique sur chaque zone technique scénique le nécessitant.

Des extincteurs *type F* proches des appareils de cuisson.

Des extincteurs *Poudre (4)* dans la zone hydrocarbure GNR.

#### > **Bureaux de contrôles / organismes agréés**

Les organisateurs ont mandaté un Organisme agréé pour la mission de :

- vérification des structures scéniques - ANCO
- vérification de toutes les structures diverses - ANCO
- vérification des installations électriques - ANCO

#### > **Message d'alarme et de secours**

Un message d'alarme pré-enregistré était prêt à être diffusé par la sonorisation de la grande scène après arrêt du son concerts.

La Grande Scène est alimentée par un Groupe électrogène twin pack secouru. En cas de défaillance du premier groupe électrogène, le second groupe prend le relais automatiquement.

Des mégaphones étaient également mis à disposition des responsables des scènes et des SSIAP. Un réseau Talky est mis en place avec le parking et la direction technique pour prévenir au mieux tout souci et besoin d'évacuation suite à des problèmes de feu.



### › Service d'ordre, gardiennage et SIAPP

Pour cette manifestation culturelle, le service de sécurité ainsi que le gardiennage ont été assuré par la société TITAN et son responsable M. Robert Bau.

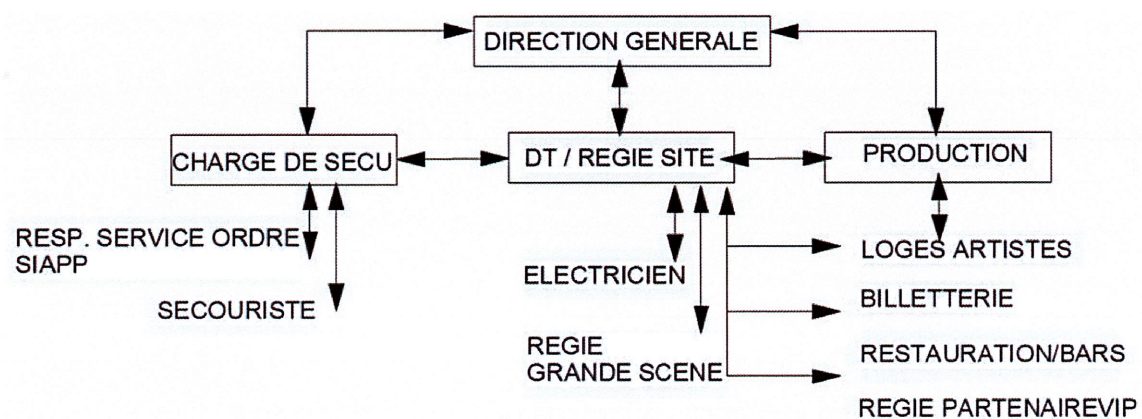
2 SSIAP 1 et 1 SIAPP 2 étaient intégrés aux dispositifs en liaison avec le Chef Sécurité et le Chargé de Sécurité de l'Organisation (SSIAP 3)

Les agents professionnels pouvaient être assistés par les équipes techniques sur les issues de secours en cas d'évacuation.

### VOIR ANNEXE A3

### › Moyens de communications

Pour les communications internes, l'organisation a disposé d'un réseau de radio (Talky) selon l'organigramme suivant :



### Hygiène

Nous avons renforcé la mise en place de sanitaires pour le public, en raison de la privatisation pour l'espace artistes, des sanitaires du vélodrome. Nous n'avons pas eu d'incident et voulons augmenter la mise en place de sanitaires en déployant un module supplémentaire pour les spectateurs du VIP.

Le positionnement d'un module sanitaire pour l'espace PMR a été très apprécié par les spectateurs concernés. L'accès à ce module se fait grâce à un code d'accès unique.



### > Toilettes, douches

Des toilettes en nombre suffisant sont à disposition sur le site pour le personnel technique et le public.

- 1 poste sanitaire existant 3 WC femmes / 2 WC hommes + urinoirs dans les zones backstage
- 1 poste sanitaire existant 3 WC / 3 douches
- 4 bungalows modulaires sanitaires comportant 6 WC et 12 urinoirs dans la zone publique
- 1 cabine individuelle PMR dans la zone PMR

### > Points d'eau

Des points d'eau potable ont été mis à disposition gratuite du public.

Des points d'eau potable étaient également présents sur les lieux de transformation alimentaire.

### > Restauration des équipes

Les repas ont été fabriqués livrés par des prestataires locaux.

L'ensemble des repas de l'Organisation (chantier + exploitation) ont été pris sur place dans un chapiteau en zone technique + 1 tente cuisine.

Les installations étaient électriques et à gaz.

Des camions frigorifiques étaient installés sur place pour répondre à la chaîne du froid.

### > Restauration proposée au public

Plusieurs stands professionnels étaient présents sur le site et proposaient divers produits au public.

### > Ordures ménagères

La gestion des déchets a été mise en œuvre par une équipe dédiée, s'appliquant à inciter les spectateurs au tri des déchets grâce à une signalisation sur les supports de collecte.

Le ramassage des déchets type OM a été assuré par la COBAS. Nous devons revoir le système et les horaires de passage des camions.

Les autres déchets triés ont été traités par Veolia.



L'association d'insertion ESSOR a été missionnée pour gérer le nettoyage du site quotidiennement.

### **Accessibilité**

Les mesures suivantes ont été spécifiquement mises en œuvre afin d'améliorer l'accueil des personnes handicapées et à mobilité réduite.

- Partie de comptoir bas à chaque buvette
- Une zone surélevée dédiée avec un accès stabilisé
- Accès facilité aux WC PMR
- Une entrée dédiée aux PMR munis de leur billet d'entrée

La gestion de l'espace PMR a été fluide. Les spectateurs ont apprécié le fait de pouvoir réserver cet espace dès l'achat des billets.

Nous avons pu nous appuyer sur une prestation d'accueil et d'orientation gérée par l'association Benevol'arc. Les équipes d'accueil étaient facilement identifiables par le port d'un t-shirt aux couleurs de l'événement. Ces effectifs étaient encadrés par une équipe professionnelle pour le contrôle des billets, en liaison permanente avec l'équipe de production et la responsable billetterie afin de régler rapidement les éventuels problèmes d'attente ou de litiges billetterie.

Le périmètre des arrêtés municipaux pour limiter la circulation et le stationnement était adapté aux besoins opérationnels pendant la période de montage et de démontage. Nous renouvellerons la mise en place de ce périmètre et de ces limitations.

### **Conclusion : À garder/À améliorer**

Nous nous tenons à la disposition de la mairie pour renouveler la gestion et la coordination du dispositif de sécurité et de sûreté. Afin de faciliter l'accès des forces de l'ordre et la coordination opérationnelle avec le chargé de sécurité pendant l'événement, nous déplacerons le positionnement du PC sécurité hors de la zone artistes - production.

Nous souhaitons renouveler, en collaboration avec Arcachon Expansion, l'envoi d'un courrier informatif aux riverains. Nous renouvellerons une dotation d'invitations dédiées et la remise d'un macaron pour identifier les véhicules autorisés dans le périmètre.

Le support de l'association Bénévol'arc a été précieux pour l'accueil et la mise en lien avec les spectateurs locaux. Nous poursuivrons cette collaboration.

Nous allons renforcer le nombre de sanitaires par la mise en place d'un module dédié au VIP.

vi. Nature et description des incidents rencontrés et les solutions apportés

**Description**

Il n'y a pas eu d'incident majeur signalé au cours de l'événement dans l'enceinte du vélodrome. Deux évacuations de spectateurs ont été nécessaires pour raisons médicales, sans lien avec le dispositif ni avec l'événement. Les services de la protection civile et les services de secours ont été réactifs et efficaces.

Au niveau du personnel, nous avons déclaré un accident du travail au cours du démontage. Le salarié a été accompagné par nos équipes à l'hôpital où il a été rapidement pris en charge pour une luxation de la cheville, sans gravité.

L'incident majeur de l'événement a été l'annulation du concert de Pascal Obispo, en raison de la maladie de l'artiste principal.

Après l'annonce aux spectateurs positionnés dans les files d'attente à l'extérieur du vélodrome, la coordination des équipes de sécurité et des forces de l'ordre a permis une évacuation dans le calme. Le public s'est dispersé dans le calme sans incident.

**Analyse des causes**

Il n'y a pas de causes identifiables ni de défaillances internes rapportées.

**Conclusion : Pistes à améliorer**

Nous maintiendrons le dispositif interne dans les mêmes conditions avec les services de secours et la protection civile.



- vii. Moyens mis au service de l'information des spectateurs & Bilan et traitement des réclamations/observations formulées par les usagers

### **Présentation des moyens**

#### **> Réseaux sociaux**

Nous avons relancé le compte Facebook des Grands Concerts et créé un compte Instagram. Ces réseaux nous permettent de développer la notoriété et de renseigner les spectateurs, tant en amont sur les concerts, artistes et billetterie, qu'à l'approche de l'événement pour les accès et les informations pratiques (objets autorisés, horaires, services sur place).

100% des messages reçus sur les réseaux ont été traités.

La Community Manager disposait du maximum d'informations pour gérer les demandes en autonomie, et avait la possibilité de rediriger vers l'adresse [shop@bleucitron.net](mailto:shop@bleucitron.net) gérée par l'assistante de billetterie et la chargée de commercialisation pour répondre aux demandes plus poussées.

#### **> Site Web**

Un site a été créé afin de renseigner les clients : informations générales, programmation, billetterie, FAQ, accès et contact.

Ce site sera mis à jour et enrichi pour la prochaine édition.

<https://www.grandsconcerts-arcachon.fr/>

#### **> Bandeau ebillets**

Création du bandeau de ebillet ci-dessous dès les premiers jours de vente pour les clients achetant sur le site [grandsconcertsdete.bleucitron.net](https://grandsconcertsdete.bleucitron.net).



### > Par mail ([Shop@bleucitron.net](mailto:Shop@bleucitron.net)) :

Principales demandes liées :

- aux PSH
  - Prises de réservation PSH au fil de l'eau (Bigflo & Oli complet très vite sur la plateforme PSH)
  - Gros pic de demandes PSH et de replacements sur les 3 dernières semaines de commercialisation.

Il était prévu de bloquer les 2 rangs devant la zone PSH pour anticiper les replacements, ce système sur place a bien fonctionné et a permis de répondre à toutes les demandes faites par mail + celles sur place le jour J.

- aux demandes de remboursement du concert de Pascal Obispo :

Ce mail était renseigné pour tous ceux qui ne pouvaient pas être remboursés sur leur CB suite à leur achat sur [grandsconcertsdete.bleucitron.net](https://grandsconcertsdete.bleucitron.net). Ce mail était aussi renseigné pour tous les clients OT et Théâtre Olympia qui devaient nous transmettre leur RIB pour gestion des remboursements par virement.

### > [estelle@bleucitron.net](mailto:estelle@bleucitron.net)

La chargée de commercialisation répondait aussi régulièrement aux demandes de l'OT et du Théâtre Olympia quand ils n'étaient pas en mesure de leur répondre au desk.

Cependant, pour l'année prochaine, il faudra prévoir de plutôt rediriger ces demandes vers [shop@bleucitron.net](mailto:shop@bleucitron.net) pour une meilleure réactivité (puisque adresse partagée à plusieurs dans le service).

### > FAQ



- Mise en place sur le site <https://grandsconcertsdete.bleucitron.net/faq> dès la mise en vente sur comment réserver ses places, la réservation pour les PSH, comment suivre sa commande, les éligibilités aux tarifs réduits.
- Actualisation de la FAQ en avril sur : les informations d'accès, objets interdits, etc.

#### > Mailing clients

- mails à J-1 de chaque manifestation avec les horaires, plan d'accès, objets interdits
- mail à J-3 pour tous les clients Pass Culture afin qu'ils vérifient la bonne réception de leurs ebillets
- le soir de l'annulation de Pascal Obispo : envoi de l'information le soir même aux clients ayant acheté sur le site principal expliquant que les modalités de remboursement arriveraient très prochainement + affichage au guichet + médiation par les équipes Bleu Citron et bénévoles aux entrées.
- de J+1 à J+3 : envoi de toutes les modalités de remboursement par les différents distributeurs (y compris OT/Théâtre Olympia)

#### > Guichet sur place

Le guichet sur place permettait le retrait d'invitations et accréditations + la gestion de litiges + la vente de billets.

Un QR code redirigeant vers le site de billetterie était affiché devant le guichet pour les intéressés qui passaient devant l'algeco dans la journée (car ouverture du guichet 30 min avant l'ouverture des portes).

### ***Typologie des réclamations/observations formulés et réponses apportées***

#### Gestion des invitations / accréditations :

Le plus gros des invitations avait été envoyé par mail à quelques semaines de l'événement, ce qui a permis une gestion fluide sur place. Le personnel était formé pour retrouver les billets de ceux qui ne le trouvaient pas dans leur boîte mail.

#### Gestion des litiges :

Personnel au guichet formé pour retrouver les cas les plus fréquents : billet revendu, codes-barres endommagés, places mal réparties dans un groupe d'amis.

Pour les cas plus compliqués : une référente billetterie Bleu Citron était disponible pour rechercher de manière plus approfondie.

#### Vente de billets :



RAS.

**Conclusion : A garder/A améliorer**

Les moyens de communication seront enrichis pour la prochaine édition, avec des informations pratiques communiquées plus en amont, notamment concernant les publics PSH.

Exceptionnellement, nous avons récupéré des billets auprès du Théâtre Olympia qui avait vendu des places à des clients en formule "retrait sur place".

Il faudra bien penser pour 2025 à repasser l'information, dès la mise en vente, que l'option retrait sur place n'est pas possible auprès de l'OT ou le Théâtre Olympia.

Un point de vigilance suite à l'expérience de l'annulation du concert de Pascal Obispo : bien veiller à recueillir les coordonnées de contact (mail ou téléphone) pour les points de vente OT et Théâtre de l'Olympia.

**b. Données techniques**

En complément du rapport d'activité et du développement de cette partie, vous trouverez en **Annexe F** le dossier de sécurité 2024.

**i. Récapitulatif des effectifs internes**

**Effectif global soirée du 23 juillet - L'héritage Goldman - 183 personnes dont :**

- 62 pour les équipes techniques et de production (salariés et prestataires),
- 34 pour les équipes artistiques,
- 47 pour la sécurité et le gardiennage
- 45 pour les bars, l'accueil et les entrées.

**Effectif global soirée du 24 juillet - Pascal Obispo - 201 personnes dont :**

- 68 pour les équipes techniques et de production (salariés et prestataires),
- 41 pour les équipes artistiques,
- 47 pour la sécurité et le gardiennage
- 45 pour les bars, l'accueil et les entrées.

**Effectif global soirée du 25 juillet - Bigflo & Oli - 212 personnes dont :**

- 62 pour les équipes techniques et de production (salariés et prestataires),
- 53 pour les équipes artistiques,
- 47 pour la sécurité et le gardiennage
- 50 pour les bars, l'accueil et les entrées.

**Effectif global soirée du 27 juillet - Martin Solveig - 169 personnes dont :**

- 60 pour les équipes techniques et de production (salariés et prestataires),
- 11 pour les équipes artistiques,
- 47 pour la sécurité et le gardiennage
- 51 pour les bars, l'accueil et les entrées.

## ii. Adaptations à envisager

Le dispositif technique dans l'enceinte du vélodrome sera repositionné à l'identique. Afin d'améliorer la sécurité et la circulation du personnel et du public, nous proposons :

- le déplacement du PC sécurité au niveau du portail rue Guynemer
- l'agrandissement du VIP et la mise en place d'un bloc sanitaire = demande d'implantation sur la voie publique
- la possibilité de positionner des activations et/ou stands de restauration sur la voie publique
- le déplacement du module billetterie en contrebas sur la rue Guynemer
- une mise à disposition de box de stockage au vélodrome pour faciliter la mise en sécurité de certains matériels sensibles (au niveau des douches)
- une concertation pour optimiser le positionnement du barrière et la gestion des flux extérieurs mis en place par les services municipaux.

## iii. Rapport ou courriers émanant des autorités sanitaires, sécurité / Rapports et procès-verbaux des organismes chargés des contrôles

Vous trouverez en annexe les rapports établis par la société ANCO :

- ANNEXE B1 - ANCO - ELECTRICITÉ - VERIFICATION DES INSTALLATIONS ÉLECTRIQUES TEMPORAIRES
- ANNEXE B2-1 - ANCO - CONTRÔLE DU MONTAGE
- ANNEXE B2-2 - ANCO - CONTRÔLE DU MONTAGE
- ANNEXE B2-3 - ANCO - CONTRÔLE DU MONTAGE

Vous trouverez en annexes les arrêtés municipaux suivants :

- ANNEXE D1 - CIRCULATION STATIONNEMENT SÉCURITÉ
- ANNEXE D2 - STATIONNEMENT
- ANNEXE D3 - LETTRE ACCÈS RIVERAIN
- ANNEXE D4 - AUTORISATION BUVETTE

## iv. Copie des attestations d'assurances



Vous trouverez en annexes les attestations d'assurances suivantes :

- ANNEXE C1 - ATTESTATION D'ASSURANCE MAYDAY PRODUCTION
- ANNEXE C2 - ATTESTATION D'ASSURANCE MAYDAY MATÉRIEL