

BREST'PARK

BREST ARENA

BREST EXPO

RÏNKLA STADIUM

LE QUARTZ CONGRÈS

LE QUARTZ CULTURE

MARINA DU CHÂTEAU

MARINA DU MOULIN BLANC

LA RECOUVRANCE

OCÉANOPOLIS

BREST'AIM

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2016

brest'aim

BREST'PARK
BREST ARENA
BREST EXPO
RINKLA STADIUM
LE QUARTZ CONGRÈS
LE QUARTZ CULTURE
MARINA DU CHÂTEAU
MARINA DU MOULIN BLANC
LA RECOUVRANCE
OCÉANOPOLIS

BREST'AIM
RAPPORT D'ACTIVITÉ 2016

Brest'aim est une société d'économie mixte reconnue pour sa gestion performante des grands équipements appartenant à Brest métropole.

Dans l'accomplissement des missions de service public qui lui sont déléguées, elle garantit à la collectivité la prise en compte de l'intérêt général et lui apporte la capacité d'initiatives, la réactivité et la souplesse d'une entreprise dynamique.

Intégrant aussi bien les problématiques du secteur public que celles du privé, elle anime, met en relation et développe de nombreux réseaux d'acteurs dans différents domaines : économique, culturel, scientifique, scolaire, sportif, événementiel...

Avec la montée en puissance de Brest Arena, la commercialisation de l'offre événementielle globale Brest'aim Events, la mutation du pavillon Bretagne d'Océanopolis et l'adoption de son Plan stratégique 2015-2020, Brest'aim a conforté sa vocation de gestionnaire d'équipements et d'organisateur d'événements tout en renforçant son positionnement d'acteur clé du développement durable de la métropole brestoïse.

Une publication
Brest'aim

Directeur de la publication
Philippe Mathieu

Conduite de projet
Anne-Catherine Favé Minssen
ACFM Conseil

Rédaction
Hélène Berre / Au Fil des Mots

Conception graphique
Rodhamine

Photos
Brest'aim
Benjamin Deroche
Jean-Louis Fernandez
Thierry Joyeux
Mathieu Le Gall
Éric Legret
Hugo Marty
Alain Monot
Sébastien Normand
Océanopolis

Impression
Cloître imprimeurs



CONSEIL D'ADMINISTRATION



Président

François CUILLANDRE
Président de Brest métropole

Administrateurs représentant Brest métropole

François CUILLANDRE
Président
Gaëlle ABILY
Bernadette ABIVEN
Patrick APPÉRÉ
Dominique CAP
Nathalie COLLOVATI
Daniel FERELLOC
Yann-Fanch KERNEIS
Isabelle MAZELIN
Fortuné PELLICANO
Jean-Luc POLARD
Stéphane ROUDAUT

Administrateur représentant la Ville de Brest

Robert JESTIN

Administrateurs représentant les autres actionnaires

Frédéric NOËL
Caisse des Dépôts et Consignations
Patrick LUCAS
BNP Paribas – Banque de Bretagne
Christelle AUVRAY
Crédit Mutuel Arkéa
Christian SALAÛN
Crédit Agricole
Didier CHEMIN
Omnium de participations
Groupe Eurodif

Représentants des salariés de Brest'aim

Aurélie NICOLAS
Valérie MENESGUEN
Frédéric ROUDAUT

COMITÉ DE DIRECTION

Philippe MATHIEU Directeur général

Stéphane MABY
Secrétaire général

Éric HUSSENOT
Directeur délégué Mer

Matthieu BANVILLET
Directeur délégué
Culture-Congrès

David SALIOU
Directeur délégué
Sports-Événements

2016, UNE ANNÉE DE CONSTRUCTION DE L'AVENIR

ENTRETIEN

FRANÇOIS CULLANDRE
PRÉSIDENT DE BREST'AIM



PHILIPPE MATHIEU
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE BREST'AIM

La mise en œuvre du Plan stratégique 2015-2020 de Brest'aim a produit de nombreux résultats concrets en 2016 : une nouvelle convention d'objectifs et de moyens (COM) a été signée pour le Quartz Scène nationale, les délégations de service public (DSP) de Brest Expo, des deux marinas et de la Recouvrance ont été renouvelées, le pavillon tempéré d'Océanopolis a été transformé, Brest Arena a suscité l'enthousiasme, le stationnement a été transformé...

Q u'est-ce qui, selon vous, a caractérisé l'année 2016 pour Brest'aim ?

Au-delà des multiples actions quotidiennes et des centaines de manifestations qui ont été organisées, un travail de fond a été effectué pour préparer l'avenir – celui du territoire et celui de la SEM – sur de bonnes bases. La réflexion, la concertation et les négociations qui ont été engagées dès 2015, principalement avec Brest métropole, également avec l'État, la Région et le Département, pour élaborer les nouvelles COM et DSP citées plus haut constituent un investissement à long terme : le cap est désormais fixé pour les cinq équipements concernés jusqu'au début des années 2020. La diversité de la programmation sportive, musicale et événementielle de Brest Arena, l'arrivée de trois loutres du Pacifique (une première en France) et la transformation du pavillon tempéré d'Océanopolis, devenu en février 2017 le pavillon Bretagne, vont dans le même sens.

Sur le plan financier, Brest'aim continue-t-elle à bien se porter ?

En 2016, le chiffre d'affaires d'Océanopolis a été affecté par une baisse de la fréquentation consécutive à différentes perturbations externes (terrorisme sur le plan national, mouvements sociaux) et des conditions météorologiques qui ont favorisé les activités de plein air. Pour autant, et malgré une réduction des subventions publiques, le résultat net de Brest'aim dépasse 500 000 euros. Ceci est le fruit de l'implication et de la réactivité des personnels, des efforts importants réalisés pour réduire les charges d'exploitation et du fait que la plupart des équipements exploités ont connu une activité conforme ou supérieure aux prévisions.

« UN PLAN STRATÉGIQUE ET DES OBJECTIFS ACTUALISÉS »

La gestion et le développement des grands équipements que Brest métropole a confiés à Brest'aim constitue sa vocation essentielle. Les salariés de la société d'économie mixte se sont-ils investis, en 2016, au-delà même de cette mission fondamentale ?

Ce fut le cas, effectivement, dans le cadre de contrats spécifiques, notamment pour les Fêtes maritimes de Brest 2016 (Brest'aim était chargée de la commercialisation des produits destinés aux entreprises et de la recherche de partenaires). C'est encore le cas, depuis l'automne dernier, pour la conception et la mise en place d'animations à caractère métropolitain au sein des Ateliers des Capucins. Ajoutons que Brest'aim est désormais actionnaire (minoritaire) de la société créée par la Chambre de Commerce et d'Industrie métropolitaine Bretagne Ouest pour la gestion de l'aéroport. Autant de missions qui témoignent de la volonté des élus et des dirigeants de positionner notre SEM en tant qu'acteur majeur du développement de l'ouest breton.

À long terme, quelles sont pour vous les clés du succès de Brest'aim ?

Dans un contexte où les changements sont de plus en plus rapides et loin d'être toujours prévisibles, où les financements publics se raréfient, où la concurrence s'accroît, où les besoins de nos publics et clients évoluent, Brest'aim peut s'appuyer sur des bases solides, mais certainement pas s'endormir sur ses lauriers. Les orientations de son Plan stratégique 2015-2020 et les objectifs qui en découlent sont actualisés chaque année. Ces axes sont plus que jamais d'actualité et permettent de mobiliser la créativité, la solidarité et l'adaptation permanente de tous les salariés qui forment le meilleur atout de Brest'aim.

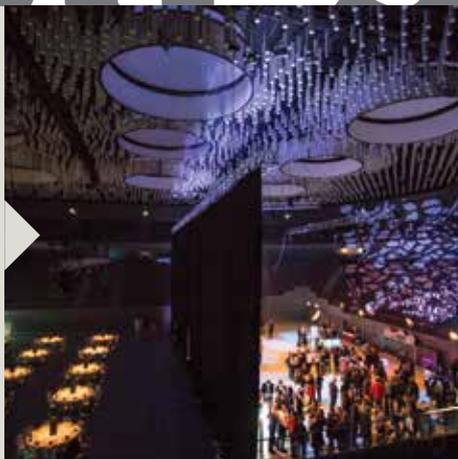
TEMPS FO

JANVIER

BREST ARENA

ÉVÈNEMENT D'ENTREPRISE : CMB ARKEA

Le groupe CMB ARKEA a choisi Brest Arena pour présenter le projet stratégique de l'entreprise : trois groupes de 3 000 personnes se sont succédé durant deux jours.



MARS

LE QUARTZ CULTURE

DAÑSFABRIK, UN FESTIVAL INTERNATIONAL

Le festival DañsFabrik a connu sa 5^e édition avec pour mot d'ordre : cap sur le monde. La Grèce y était invitée d'honneur, la Chilienne Marcela Santander Corvalán y présentait sa création *Disparue*, et de nombreux professionnels « dont une dizaine d'étrangers » étaient au rendez-vous.



MARS

BREST'AIM EVENTS

ÉDUCTOUR

À l'occasion du lancement officiel de sa marque de tourisme d'affaires, l'équipe de Brest'aim Events a accueilli le 29 mars des professionnels de l'événementiel pour découvrir l'ensemble de son offre. En clôture, les participants et quelque 300 clients ont été conviés à assister à une représentation du théâtre équestre Zingaro.



AVRIL

BREST EXPO

LA FOIRE EXPOSITION FAIT SON RETOUR

Les milliers de visiteurs quotidiens de cette nouvelle édition ont rencontré 350 exposants regroupés autour de 4 univers (Maison et Jardin, Loisirs Bien-Être, Plaisirs Gourmands, Services). La thématique principale, l'univers du jardin, et les nombreuses animations ont contribué à la réussite de cette première.

MARS

LE QUARTZ CULTURE

ZINGARO, UN SPECTACLE HORS NORME

Cette création du célèbre Bartabas, accueillie à Brest Expo un mois durant, a été programmée pour 18 représentations devant 18 600 spectateurs. Cette collaboration exemplaire entre les équipes du Quartz et de Brest Expo a permis de relever avec succès les nombreux challenges de cette manifestation.



RTS 2016



AVRIL

BREST ARENA

CHAMPIONNAT DE FRANCE DE TENNIS DE TABLE

Les championnats de France seniors de tennis de table ont réuni les 64 meilleures joueuses et les 64 meilleurs joueurs français.



AVRIL

BREST ARENA

CHAMPIONNAT D'EUROPE DES LUTTES CELTIQUES

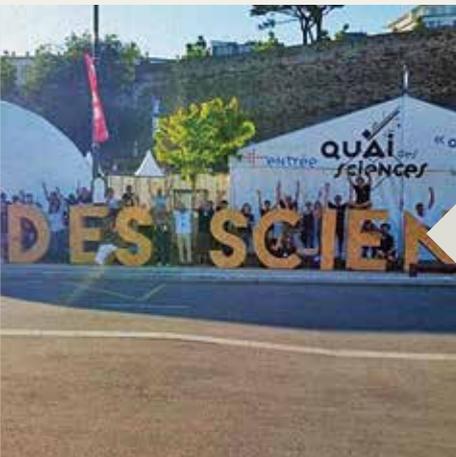
120 lutteurs répartis en deux disciplines : le gouren (lutte bretonne) et le back-hold (lutte écossaise) et originaires de dix nations se sont affrontés sur les trois palennoù (tapis) de Brest Arena.

JUIN

BREST EXPO

PROCESS INDUSTRIES BREIZH

Le salon a accueilli 1 450 visiteurs venus échanger avec près de 130 exposants. Cet événement a regroupé des fournisseurs de l'industrie et de l'agroalimentaire, mettant en valeur leur compétitivité et leurs atouts technologiques, afin d'apporter aux visiteurs des réponses concrètes et des solutions adaptées à leurs besoins.



JUILLET

BREST 2016

LE QUAI DES SCIENCES

Lors des Fêtes maritimes, le Pôle mer Bretagne Atlantique et Océanopolis ont co-organisé le « Quai des sciences ». Dans un espace animé, chercheurs et entreprises se sont côtoyés et ont accueilli plus de 21 000 visiteurs autour d'un thème commun : « océan et climats ».



JUILLET

LA RECOUVRANCE

BREST 2016 : PASSAGE DE TÉMOIN !

Le 19 juillet, quelque huit cents bateaux ont pris part à la grande parade qui clôturait la 7^e édition des Fêtes maritimes. La Recouvrance, bateau ambassadeur de Brest métropole, comptait à son bord les représentants de la famille handball pour un passage de témoin d'un événement international à un autre, celui de Douarnenez.



JUILLET

LE QUARTZ CONGRÈS

ICCC 2016

Ce congrès, organisé tous les deux ans depuis 1950, rassemble les plus grands experts mondiaux dans les domaines de la chimie de coordination. Il a attiré à Brest 1 350 scientifiques (seconde ville, en nombre de participants, après Florence en 1998) venant de 57 pays. Les plus éminents spécialistes mondiaux, dont deux prix Nobel, ont présenté pendant une semaine leurs travaux.



OCÉANOPOLIS

LES PLANCTONS EN 3D

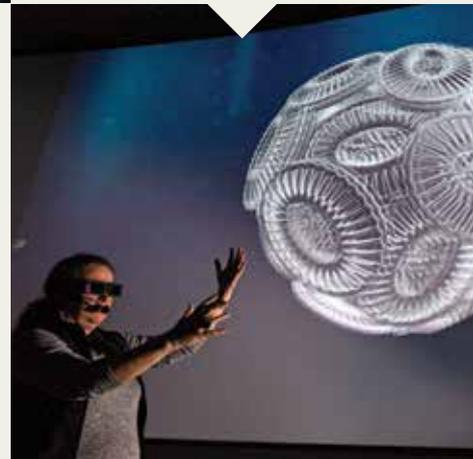
Si les technologies 3D sont aujourd'hui souvent utilisées pour servir la médiation scientifique, leur application au plancton est, elle, tout à fait exceptionnelle. Le médiateur manipule, en direct, certaines espèces planctoniques et invite les spectateurs, à l'aide de lunettes 3D, à porter un autre regard sur ces algues et ces animaux microscopiques. Cette animation est réalisée en collaboration avec la station biologique de Roscoff et le projet Planktomania.

JUILLET

RINKLA STADIUM

UN ÉCRAN TAILLE XXL

Lors des séances publiques, les patineurs peuvent découvrir toutes les actualités et les vidéos sportives du Rinkla Stadium sur grand écran. Installé en bord de piste, cet outil s'adresse également aux clubs résidents de la patinoire afin de diffuser durant les matches les portraits des joueurs de hockey ou les spots de leurs partenaires.



NOVEMBRE

BREST'PARK

LE PARKING DES CAPUCINS

Géré par Brest'aim, dans le cadre de son contrat avec Q-Park, le parking des Capucins est ouvert depuis le 25 novembre et propose 181 places de stationnement, il dessert le plateau et les ateliers.



DÉCEMBRE

RINKLA STADIUM

13 368 PATINEURS EN 1 MOIS

Décembre rime avec affluence au Rinkla Stadium : plus de 13 000 patineurs ont découvert un nouveau programme riche en animations et en nouveautés. La patinoire a accueilli 63 133 personnes sur l'année. Ça a glissé au Rinkla en 2016!





DÉCEMBRE

MARINA DU CHÂTEAU

NOUVEAU RECORD

Sodebo Ultim' et son skipper Thomas Coville ont quitté le port du Château le dimanche 9 novembre. Le navigateur a franchi la ligne d'arrivée le 25 décembre, établissant ainsi un nouveau record autour du monde en solitaire, en multicoque et sans escale en 49 jours, 3 heures, 7 minutes et 38 secondes. Le 26 décembre, il a été accueilli en héros à Brest par une foule en liesse.



DÉCEMBRE

Océanopolis

TROIS LOUTRES DE MER

Matchaq et Tangik ont rejoint Pukiq, la première loutre de mer arrivée à Océanopolis en juin. Il s'agit de deux jeunes mâles recueillis par le centre de soins du SeaLife Center de Seward en Alaska après s'être échoués à l'âge de six mois. Une première en France !

DÉCEMBRE

MARINAS

BREST MÉTROPOLE RENOUVELLE SA CONFIANCE

Une nouvelle convention de délégation de service public a été signée pour une période de huit ans (2017-2024). Elle a la particularité de regrouper les ports de plaisance du Moulin Blanc et du Château ainsi que La Recouvrance.



JANVIER 2017

LE QUARTZ CULTURE

UBU

Ubu, le célèbre personnage d'Alfred Jarry, a inspiré à Olivier Martin Salvan, artiste associé au Quartz, un spectacle de forme légère, aisé à mettre en œuvre et ouvert à tous les publics. Cette aventure artistique, menée par Le Quartz, a donné lieu à un partenariat fécond avec trois centres sociaux brestois, au cœur des quartiers du Pilier Rouge, de Keredem et de Kerourien.



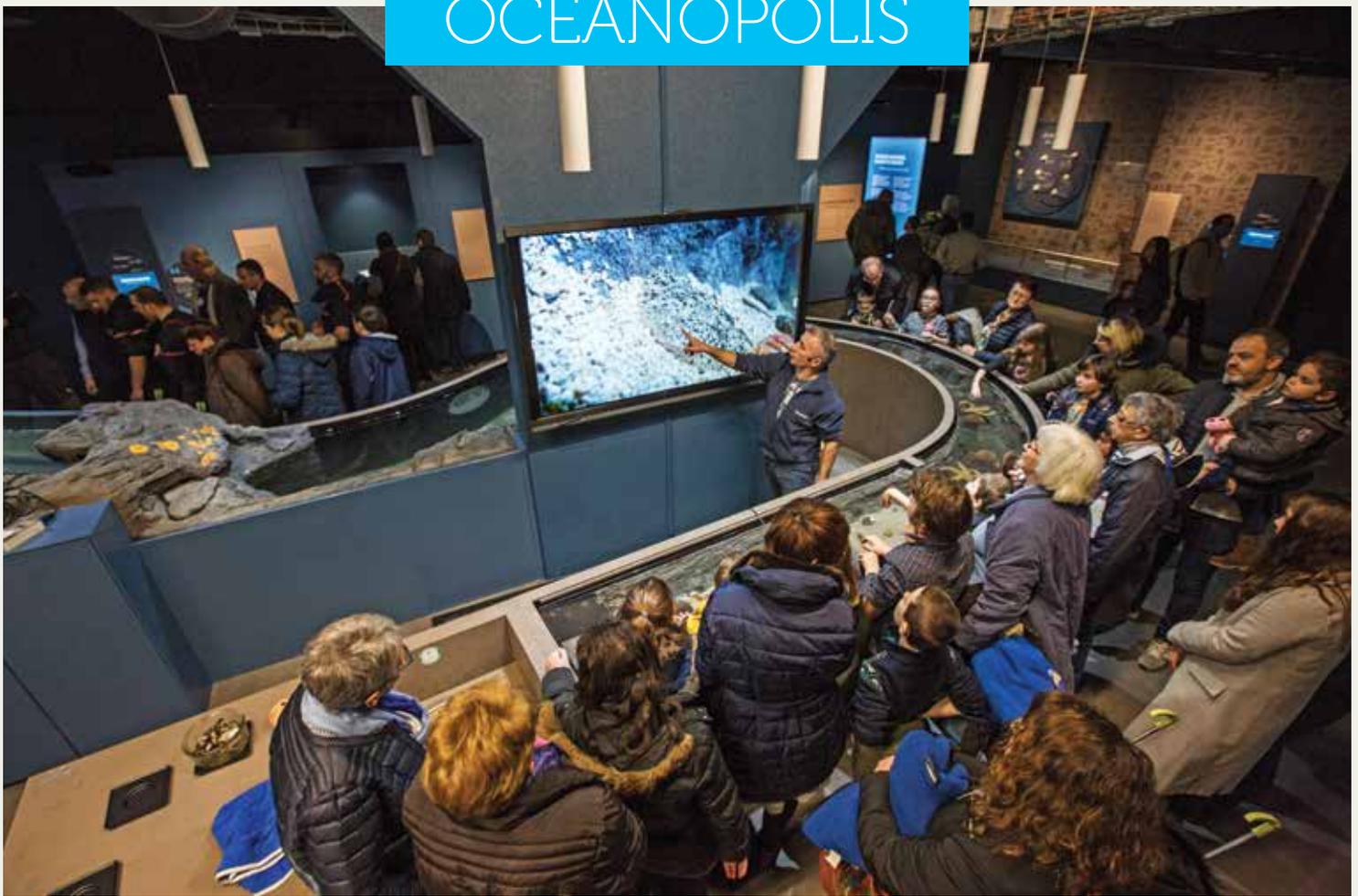
JANVIER 2017

BREST ARENA

MONDIAL HAND

Brest devient ville étape des grandes compétitions internationales. Brest Arena a vécu un grand moment de sa récente histoire en accueillant la coupe du Président, dans le cadre du 25^e Mondial masculin de handball. Premier succès pour cet événement porté par la Région Bretagne, Brest métropole, la ligue bretonne et le comité départemental de handball.





UNE ATTRACTIVITÉ SANS CESSER RENOUVELÉE

392 575
visiteurs dont 70 %
de primovisiteurs
(pourcentage en
augmentation)

1 million
de scolaires depuis
l'ouverture en 1990

176
articles presse et
web pour l'arrivée
des loutres, et
90 sur le centre
de soins

L'épopée d'Océanopolis s'enrichit chaque année de nouvelles aventures. Celles de 2016 sont particulièrement remarquables, avec l'arrivée des loutres du Pacifique et le début de la mue du pavillon tempéré. Près de 400 000 visiteurs ont embarqué dans ce vaisseau amiral du tourisme breton. Le parc doit son succès à son authenticité. Ici, c'est la Bretagne pour laquelle les gens sont heureux de venir, son identité maritime. Un peu comme des journalistes, Océanopolis raconte une histoire, celle des océans et de leur fonctionnement, vue à partir des travaux des scientifiques et des professionnels. Sans prendre parti, avec de l'émotion, du réalisme et une très grande exigence. La barre est de plus en plus haute ! L'enjeu est de maintenir la fréquentation (Océanopolis est le premier site touristique payant de Bretagne) et de continuer à affirmer le statut du parc.

Raconter des histoires, et le faire savoir

Pour cela, il faut de la nouveauté et de l'investissement en continu. Être constamment à jour des connaissances scientifiques et proposer des histoires inédites, avec différents niveaux de lecture, pour contenter un public large. Sans oublier de le faire savoir : 10 % du budget est consacré à la communication.

« À Tokyo ou à New York, Océanopolis est connu ; à nous de conforter cette notoriété, cette excellence, qui font honneur à Brest, capitale de la recherche océanographique,

**ÊTRE CONSTAMMENT
À JOUR DES
CONNAISSANCES
SCIENTIFIQUES
ET PROPOSER
DES HISTOIRES
INÉDITES**

indique Éric Hussenet, directeur*. Car ce sont bien cette proximité et tous ces patients réseaux tissés avec les chercheurs, les marins, ceux qui vivent de la mer qui permettent de mettre en musique les connaissances et d'orchestrer ces tableaux qui touchent les visiteurs. »

Ainsi, 2016 a vu le réaménagement et l'actualisation d'une partie des expositions permanentes, la mise en place de nouveaux dispositifs multimédias en 3D sur le plancton, la poursuite de l'exposition « Cyclops, explorateur de l'océan », l'arrivée de loutres de mer et le lancement de la rénovation du pavillon tempéré. Celui-ci est devenu le pavillon Bretagne, avec un nouveau parcours de visite, pour sa réouverture au public en février 2017.

IRRÉSISTIBLES ET EMBLÉMATIQUES LOUTRES DE MER

Derrière leur frimousse se cachent une mâchoire puissante et beaucoup d'exigences. Pukiq, Matchaq et Tangik sont arrivés d'Alaska en juin et décembre. « L'idée remonte à 2009, se souvient Dominique Barthélémy, conservateur adjoint. Convaincre les Américains de nous confier trois loutres de mer a pris du temps, leurs standards et l'administration sont très stricts ; d'ailleurs il n'existait que deux sites en Europe. Elles réclament beaucoup d'attentions... mais le rendent bien : elles épatent le public par leur hyperactivité, leurs interactions. Elles complètent notre sentier des loutres où se trouvaient déjà celles d'Europe. Devenues emblématiques du parc, ces loutres du Pacifique font aussi la fierté des équipes, elles incarnent la grande qualité de leur travail. »



Oser la complexité, s'appuyer sur la solidarité

Le complexe, le spectaculaire révèlent la richesse des océans et des hommes. Avec toujours la recherche du meilleur, que ce soit dans les aquariums, les expressions scénographiques ou le tournage d'images. Jacques Perrin, pour son film *Océans*, n'a-t-il pas posé ses caméras à Océanopolis ? La médiation culturelle est un axe fort : 35 343 enfants ont participé en 2016 à des ateliers ou visites pédagogiques.

En parallèle, les prestations événementielles d'entreprises aident à équilibrer les comptes. Le budget d'Océanopolis est autofinancé à plus de 70 % : c'est très rare en France pour un équipement culturel.

Le défi aujourd'hui est de trouver de nouveaux moyens financiers, à un moment où ceux des collectivités publiques sont en baisse. C'est un volet important du Plan stratégique 2015-2020 de Brest'aim.

Le deuxième défi est de conserver les compétences des salariés, dans tous les métiers, et leur enthousiasme.

**Éric Hussenot ayant pris sa retraite fin avril 2017, Stéphane Maby est le nouveau directeur délégué Mer de Brest'aim.*



LE CHALLENGE DU PAVILLON BRETAGNE

Il a fermé ses portes le 7 novembre, pour à peine trois mois. Le pavillon tempéré, devenu pavillon Bretagne, a mobilisé de manière intense une trentaine de salariés... qui ont déjà des idées pour faire évoluer le tropical puis le polaire. « Le délai était serré, nous l'avons tenu, avec une belle accélération sur la fin, se rappelle Anne Rognant, conservatrice adjointe. Grâce à beaucoup de travail en amont, à un partenariat avec le Comité Régional de la Conchyliculture de Bretagne Nord et le Parc Naturel Marin d'Iroise. Un de nos objectifs était d'ajouter du sens, de parler de la région et de son incroyable biodiversité. Cela a été de la co-construction, chacun y a mis le meilleur de lui-même, tant en multimédia, aquariologie, audiovisuel, éducatif... que sur le chantier. La plupart des réalisations ont été faites en interne. Nous savions le public très exigeant ; nous sommes fiers de le voir heureux, attentif, participatif. »



UNE VISION PARTAGÉE DE LA MER

Au sein de la direction déléguée Mer, les différents équipements (Océanopolis, les Marinas, La Recouvrance) travaillent davantage ensemble pour gagner en lisibilité et en notoriété, afin d'élargir leur clientèle. Cela se traduit par une cohérence dans la communication.

La complémentarité joue aussi pour le fonds de dotation de la mer, qui concourt au partage avec le grand public de la connaissance sur le monde maritime, sa richesse et sa fragilité.

Ainsi en 2016, en lien avec l'association Don Bosco, 339 jeunes ont pu visiter Océanopolis ou embarquer à bord de la Recouvrance.



UNE NOUVELLE STRATÉGIE, DES AMBITIONS ET DES EXIGENCES COMMUNES

1 900
contrats à l'année,
chiffre stable

7 446
nuités des bateaux
de passage
(6 681 en 2015)

Les équipes des Marinas du Moulin Blanc et du Château ainsi que de La Recouvrance ont travaillé ensemble en 2016 pour nourrir le dossier de candidature de Brest'aim au renouvellement de la Délégation de service public. Celui-ci a été obtenu pour 8 ans à compter du 1^{er} janvier 2017. Une stratégie pour répondre au mieux aux attentes des clients.

Créer une identité forte autour de la plaisance s'inscrit dans le plan stratégique de Brest'aim, avec la volonté d'améliorer constamment les services. La qualité de l'accueil et le niveau élevé des prestations techniques invitent de fait les plaisanciers à faire escale à Brest.

Ports complémentaires, optimisation des places

Désormais, les deux ports de plaisance font partie d'une même réflexion, ils ont des ambitions et des exigences communes. La mutualisation des moyens humains et matériels a permis de restructurer les équipes autour de deux maîtres de port (voir l'encadré) et de trois coordinateurs qui interviennent sur les deux Marinas, chacun avec ses spécialités : plans d'eau et services aux plaisanciers, manutention et espaces à terre, maintenance et gestion des stocks. Cette organisation sert à développer l'activité des Marinas. Si avec la crise certains clients s'étaient éloignés, les chiffres sont repartis à la hausse ; par exemple au Moulin Blanc, la progression est de 5,4 % en 2016 par rapport à 2015. Le nombre de passages de bateaux annuels

augmente également. Autre élément significatif : + 14 % pour la durée des escales, la moyenne étant de 3,26 nuits. « Nos clients se disent satisfaits, mais au-delà, nous voulons anticiper l'évolution de la plaisance afin de prévenir leurs changements de comportement, indique leur directeur, François Corre. Ils sont de plus en plus exigeants. Notre spécificité est d'avoir plus de 1 900 clients à l'année, ils nous connaissent et souhaitent nous voir régulièrement. Les Comités Locaux des Usagers Permanents de la Plaisance (CLUPP) sont invités aux Conseils portuaires où siègent aussi les collectivités. Nous leur rendons compte dans le détail de notre activité. La fidélisation exige une attention soutenue. » Les ports s'adaptent à la taille des bateaux et aux demandes qui fluctuent.

De nouvelles prestations sur mesure

Une étude menée par un consultant indépendant a examiné à la loupe les pratiques des Marinas brestoises en les comparant à celles d'autres villes. Elle souligne la qualité des infrastructures et des services. L'accueil fait l'objet d'une attention toute particulière. Au mois de juillet, un cadeau de bienvenue a été offert à chaque bateau de passage. Durant l'été, un dépôt de vente de pain et viennoiseries a été mis en place, l'avitaillement via internet est facilité.

En cohérence avec les ambitions de la société, les équipes réfléchissent à développer ensemble des services pour



LA RECOUVRANCE : CAP SUR LE FINISTÈRE

« La Recouvrance navigue de plus en plus au large des côtes bretonnes (ce qui correspond à un repositionnement stratégique), constate Yann Fournier, capitaine de La Recouvrance. L'activité en rade de Brest est donc régulière, avec le succès des 39 sorties journée et 41 demi-journées, qui représentent 50 % des recettes. Au total, 3 000 personnes embarquées. » Dont de plus en plus de Brestoises, qui s'approprient le bateau au fil des années. Lors des Fêtes maritimes, des créneaux leur ont été réservés. Les 7 sorties sunset ont été appréciées, de même les 8 réceptions d'entreprises. En 2016, le taux d'occupation du bateau a toujours été égal ou supérieur à 83 % : la politique d'optimisation des embarquements (10 personnes minimum) porte ses fruits.



LES MAÎTRES DE PORTS, UN ŒIL SUR TOUT

Les Marinas ont depuis avril 2016 chacune un maître de port. Ils travaillent ensemble dès que nécessaire, se remplacent, etc. Ils gèrent les équipes techniques. Jonathan Goguer est maître de port au Moulin Blanc, Mickaël Hanzo au Château où il manage également l'équipe administrative. Référents HSE (Hygiène, sécurité, environnement), informatique, chargés du suivi technique, des assurances, ils sont les interlocuteurs de la collectivité sur les dossiers techniques et ceux des organisateurs de manifestations nautiques. Ils s'appuient sur les trois coordinateurs nouvellement nommés. Tout cela contribue au renforcement des liens entre les salariés et à l'efficacité des pratiques.

d'avantage d'autonomie des plaisanciers : paiement par carte bancaire, réservation en ligne, services clé en main, y compris en continu sur l'année avec une proposition de veille technique sur leur bateau en leur absence. Les Marinas regardent de près la *Golden Anchor* (Ancre d'or), label cher aux Britanniques, reconnaissance de la qualité, qui permettrait de capter une nouvelle clientèle. Sur le plan technique, il s'agit d'améliorer l'accès aux cales de carénage et, de façon générale, d'optimiser l'espace à terre. On peut signaler d'ores et déjà de meilleures conditions d'hivernage au Moulin Blanc (location de bers) et l'acquisition d'un nouvel élévateur à bateaux (jusqu'à 17 tonnes).

Les grands événements sont bien sûr porteurs, et 2016 a été remarquable : du 13 au 19 juillet, les Fêtes maritimes internationales, le 15 décembre le nouveau départ pour Idec Sport qui a bouclé le tour du monde en 40 jours et le 26 décembre l'arrivée triomphale de Thomas Coville au terme de son tour du monde en solitaire en 49 jours.



LES FÊTES MARITIMES, LA FORCE DE LA COHÉSION

Au départ, c'est un appel à candidatures pour de la commercialisation. À l'arrivée, c'est la belle réussite d'une équipe venant d'horizons variés, qui a démontré à grande échelle la capacité de Brest'aim à s'investir lors de rendez-vous exceptionnels. « Ces Fêtes maritimes ont mobilisé du monde d'Océanopolis, des Marinas, de La Recouvrance, du Quartz, raconte Annie Adon-Eozenou, directrice de l'Exploitation d'Océanopolis. Que de profils divers, et pourtant, quelle formidable cohésion entre nous. Une confiance totale, une émulation importante, nous avons vécu ensemble une vraie histoire ; les liens aujourd'hui sont différents ! » Et les chiffres sont là : l'objectif de chiffre d'affaires a été largement dépassé grâce à 25 contrats de partenariats, 36 bateaux commercialisés, près de 170 stands, restaurants et bars vendus...

COOPÉRATIONS SUR LE TERRITOIRE ET DÉPLOIEMENT À L'INTERNATIONAL

162 330
spectateurs,
contre 136 528
en 2015 (23 000
pour Zingaro et
l'opéra de Paris)

12 234
abonnés

1^{RE}
Scène nationale
de France en
fréquentation

Ici et ailleurs : c'est ainsi que rayonne Le Quartz Scène nationale. Structure majeure pour l'ensemble des habitants de Brest métropole, il vise l'élargissement des publics et noue de multiples coopérations avec les acteurs culturels du territoire. Fort d'un projet artistique diversifié, il s'attache à développer sa dimension internationale.

L'année 2016 a été marquée par la signature de la convention d'objectifs et de moyens 2016-2019. Elle réunit Brest'aim, Brest métropole, l'État (via la DRAC), la Région Bretagne et le Département. La présence de la Région est inédite et marque une étape supplémentaire dans l'intérêt porté au Quartz. L'État a décidé de s'engager également plus avant (voir l'encadré).

L'ensemble de la communication a été revue, avec un site internet plus réactif, les achats en ligne progressent. En parallèle, la brochure de la saison, entièrement repensée dans un style plus magazine, continue à plaire.

« Nous impulsions une dynamique d'ouverture et œuvrons à la réalisation d'un théâtre des Humanités attentif à son environnement », rappelle son directeur Matthieu Banvillet. Les actions envers différents publics se multiplient : scolaires, publics dits empêchés, personnes en situation de handicap ; par exemple, plus de 35 concerts

ont été proposés aux déficients visuels. L'équipe du Quartz n'hésite pas à se déplacer ; ainsi un concert de No Border vient-il d'avoir lieu à Gouesnou. À chaque fois les relations avec les équipes des autres sites sont excellentes.

L'activité création est primordiale. On peut citer *Moby Mick* et *Fumiers*, menées intégralement. Tout cela fait l'objet d'un patient travail de production, dans l'ombre certes, mais essentiel : une logistique rigoureuse pour les contrats, les budgets, les voyages... Et le public adhère : 4 000 spectateurs à chaque création. Puis elles s'en vont vivre leur vie, avec succès : 50 représentations pour *Moby Mick*, 60 pour *Fumiers*.

Mentionnons aussi la venue en exclusivité nationale du ballet de l'Opéra de Paris, le *Requiem* de Verdi par l'ensemble Matheus, avec plus de 150 musiciens, sur la scène de Brest Arena.

Constellations à l'international

Le deuxième axe concerne le rayonnement international du Quartz à travers des créations, des programmations de référence des scènes européennes et internationales, des partenariats avec des institutions étrangères.

Le festival NoBorder a accueilli un colloque international très suivi. Le festival de danse DänsFabrik est identifié comme un temps fort de la création bien au-delà de



l'hexagone. L'invité 2016 était la Grèce. Cette édition fit l'objet d'un voyage de presse avec 10 journalistes et fut appréciée par 170 professionnels nationaux et internationaux. Depuis 2011, au moins deux fois par saison, Le Quartz propose des spectacles en langue étrangère surtitrés, tel *The Past*, d'une compagnie allemande. Ce travail de fond porte ses fruits, les spectateurs sont aux rendez-vous. 2016 est le point de départ de « Constellations », réseau de résidences chorégraphiques réunissant les villes de Brest, Beyrouth, Athènes, Berlin et Santiago du Chili. La danse a toujours été la marque de fabrique du Quartz « Nous continuons à nous aventurer sur ses chemins et sommes à l'initiative de cette démarche, avec laquelle nous nous positionnons auprès du ministère de la Culture. La mise en œuvre se traduit par des créations, grâce à des liens forts avec ces villes. » Une compagnie française va ainsi aller répéter à Beyrouth et Santiago, avant de se produire en 2018 à DänsFabrik.



SORTIR DU CADRE

Artiste associée, la chorégraphe Marcela Santander Corvalán a illuminé 2016 de sa présence, dans de nombreux lieux. Au Quartz bien sûr, avec ses créations *Bouture d'un sacre* et *Disparue*, qu'elle a ensuite jouée dans son pays, au Chili. Pour *DänsFabrik 2017*, elle a été soutenue par le ministère chilien de la Culture. « Le défi est de faire confiance, par exemple aux enfants des écoles avec lesquels je travaille, à leurs parents, leurs enseignants, estime-t-elle. Se mettre ensemble pour créer, c'est vital. Je me retrouve bien dans la volonté du Quartz d'être accessible, de mêler des publics hétérogènes, chacun sort du cadre habituel. »

« LE QUARTZ EST RECONNU COMME UN LIEU QUI RAYONNE SUR LA VILLE AVEC DE VRAIS PARTENARIATS, UNE ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE DE QUALITÉ »

STÉPHANIE CARNET

CONSEILLÈRE POUR LA DANSE ET L'ÉCONOMIE DE LA CULTURE À LA DRAC BRETAGNE



UN PROJET DE PÔLE EUROPÉEN DE PRODUCTION

L'État soutient le Quartz. Suite à la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, il envisage de labelliser des structures, dont possiblement le Quartz. « Il est reconnu comme un lieu qui rayonne sur la ville avec de vrais partenariats, une éducation artistique et culturelle de qualité, explique Stéphanie Carnet, conseillère pour la danse et l'économie de la culture à la DRAC Bretagne (ministère de la Culture). À une autre échelle, Le Quartz a déjà soutenu une douzaine de créations internationales ; c'est pourquoi l'État a amorcé une réflexion pour qu'il devienne un pôle européen de production, orienté danse et musique. Avec deux objectifs : accueillir des artistes d'envergure internationale en co-création et permettre aux artistes régionaux de se produire à l'international. » Autre signe très positif : l'État augmente ses subventions au Quartz en 2017 et s'engage dans la rénovation à venir du bâtiment, laquelle consolidera ses projets.



PROUESSES EN PISTE

Du 26 mars au 24 avril 2016, la scène nationale du Quartz a accueilli, dans l'enceinte de Brest Expo, la nouvelle création de Bartabas *On achève bien les anges*. Les dix-huit représentations ont démontré la capacité des deux équipes techniques et commerciales à optimiser les moyens pour un bel impact : 18 600 spectateurs. Il a fallu faire au mieux pour 10 caravanes, 30 écuyers et palefreniers, 30 chevaux (sans oublier leur nourriture et leur litière). La vidéo officielle du spectacle a été tournée à Brest, cela témoigne de la qualité de l'accueil.



UNE ACTIVITÉ TRÈS DYNAMIQUE ET DES CONGRÈS D'ENVERGURE

31 306
participants
(plus d'un tiers
de non-Finistériens)

44%
du chiffre d'affaires
réalisé avec 7 des
64 manifestations
(dont 29 pour des
entreprises)

2006
année du premier
contact pour
le congrès de
chimistes de
juillet 2016

Le Centre de Congrès du Quartz réalise une très belle année 2016, en résultats et en types d'événements accueillis, notamment de niveau national et international. La commercialisation de l'offre Brest'aim Events joue un rôle de plus en plus important, permettant de faire face à une concurrence accrue. La qualité de l'accompagnement et de l'accueil demeurent les meilleurs atouts du Quartz Congrès.

« L'accueil est dans notre ADN, sourit la responsable, Giovanna Cutela. Dans l'équipe, nous sommes polyvalents et complémentaires. L'écoute du client est primordiale. Les enjeux sont la réactivité, la souplesse et la disponibilité, et ce pour des événements d'entreprises très divers. »

En 2016, l'activité a été dense et bien répartie, sur 99 jours hors montage et démontage. 64 manifestations se sont déroulées au Quartz, dont 26 pour des entreprises. En voici quelques-unes : le congrès des manipulateurs en radiologie (650 personnes, 3 jours), l'assemblée générale de Produit en Bretagne (1 000 personnes), le congrès MSEAS (IFREMER, sur les systèmes socio-écologiques marins), la conférence ICCS (voir ci-contre, 6 jours), le Carrefour des communes du Finistère (2 000 personnes, 2 jours), la Semaine des sciences et technologies de la mer (Sea Tech Week, 1 300 personnes, 4 jours), le congrès SAFER (aménagement foncier et établissement rural).

Donner confiance, garantir de l'authenticité

Si certaines manifestations se déroulent régulièrement au Quartz Congrès, il conquiert aussi chaque année de nouveaux projets. Il s'agit parfois de véritables co-constructions, qui nécessitent beaucoup d'écoute ; la conférence ICCS (chimie) en est un exemple : elle a été portée conjointement avec deux chercheurs de Brest et Rennes, qui ont intégré l'équipement dans leur comité de pilotage, en collaboration avec l'office de tourisme. Ils ont apprécié l'authenticité brestoise.

Cela montre combien le soutien de Brest métropole est essentiel et les liens précieux avec l'université, les grandes écoles, le centre hospitalier, l'IFREMER, le CEDRE, le Campus mondial de la mer... « Nous avons la chance d'avoir une forte concentration de chercheurs. Ils sont d'excellents ambassadeurs de Brest'aim, à nous de les accompagner à toutes les étapes de leur projet. » Des collaborations se nouent ainsi d'un événement à l'autre : si le congrès MSEAS a eu lieu à Brest, c'est à l'initiative d'un participant d'une Sea Tech Week qui avait été séduit par Le Quartz Congrès.

Un acteur de l'économie locale

Ces événements constituent de belles vitrines pour la métropole et apportent d'importants flux de visiteurs, avec des retombées importantes, notamment pour les commerçants, hôteliers et restaurateurs.



ÉLOGES INTERNATIONAUX

Après Valence et Singapour, le Quartz-Congrès a accueilli du 3 au 8 juillet la 42^e Conférence Internationale en Chimie de Coordination (ICCC). Qu'en ont pensé ses responsables ? « Son grand succès est dû, hormis le programme scientifique, à l'attractivité de Brest pour le rapport qualité/coût des prestations, lié à une facilité d'accès à l'international, et au support d'un équipement parfaitement équipé, animé par une équipe très professionnelle. Les retours élogieux des participants de tous horizons mettent en exergue Brest comme ville de congrès où il fait bon travailler une semaine dans un environnement serein et accueillant. » Avec 1 350 congressistes (dont deux prix Nobel) venus de 57 pays, Brest est ainsi la 2^e ville ICCC en nombre de participants.



Le Quartz Congrès réalise une veille rigoureuse et prospective sans cesse. L'année 2016 a vu la concrétisation du travail mené pour la création de la marque Brest'aim Events, à laquelle l'équipe congrès a activement contribué. Son premier temps fort, le 29 mars, un éductour, a réuni 40 décideurs régionaux et nationaux (agences entreprises, fédérations, instituts). Ils ont visité les 8 équipements, participé à des activités insolites et des rencontres inattendues (Jean-Louis Étienne, Yann Queffélec...).

Pour l'avenir, la perspective de travaux d'envergure sur le bâtiment est très positive. Il s'agira de capitaliser sur cette rénovation pour la commercialisation.

« SON GRAND SUCCÈS EST DÛ, HORMIS LE PROGRAMME SCIENTIFIQUE, À L'ATTRACTIVITÉ DE BREST POUR LE RAPPORT QUALITÉ/COÛT DES PRESTATIONS, LIÉ À UNE FACILITÉ D'ACCÈS À L'INTERNATIONAL »

YVES LE MESTRE

DIRECTEUR DE RECHERCHE CNRS - UNIVERSITÉ BRETAGNE OCCIDENTALE



LA MONTÉE EN PUISSANCE DE BREST'AIM EVENTS

L'offre globale concernant l'événementiel d'entreprises Brest'aim Events a commencé à faire ses preuves, avec 103 demandes en 2016. Geneviève Salaun est plus spécifiquement en charge de l'accueil, et Fanny Catusse du développement commercial et de la représentation de la marque. Elles proposent une offre globale et sur mesure dans les 8 équipements concernés, grâce à une équipe de 26 personnes réactives, qui sont force de

proposition. Les outils de prospection et communication sont désormais unifiés, d'où une meilleure lisibilité pour le réseau et les nouveaux clients.

Elles valorisent quatre grands atouts : le professionnalisme, la richesse et la qualité de l'offre, la destination mer.

« Nous connaissons parfaitement nos produits, nous n'hésitons pas à nous remettre en question. De plus en plus de contacts parviennent directement sur la plateforme commune. »

À fin mars 2017, Brest'aim Events avait enregistré 47 demandes.



UNE DIVERSITÉ DE PRESTATIONS, UNE MÊME VISION DE L'EXCELLENCE

223 401
spectateurs dont
131 064 pour
les spectacles
et concerts,
79 085 pour le sport

45%
d'augmentation
de la billetterie

73%
de taux
d'occupation

Le rayonnement de la métropole passe par le positionnement sur de grands événements. Brest Arena répond tout à fait à cette ambition comme en témoignent les résultats de sa deuxième année d'exploitation, avec 65 manifestations très différentes : spectacles, sport, événements d'entreprises.

2^e ville du grand Ouest en spectacles

Brest est devenue une ville majeure dans l'accueil de spectacles, la deuxième du grand Ouest, avec de grandes tournées nationales. 27 spectacles et concerts ont donné lieu à 40 séances en tout : variété, musique classique, comédies musicales, humour et cirque. Ils affichent 80 % de taux de remplissage.

En sport (20 événements), Brest Arena a la confiance des instances à tous les niveaux, y compris européen et international. L'équipement est parfaitement adapté aux grandes rencontres sportives, grâce à sa polyvalence et à sa modularité. Il est aux côtés du Brest Bretagne Handball (voir l'encadré), qui a le « meilleur » public de France (46 500 spectateurs).

Brest Arena a permis l'organisation de l'Open Brest Arena de tennis, classé par l'ATP dans la catégorie des challengers (17 000 spectateurs). Le challenge Caraty en handball a accueilli 3 000 spectateurs. 2016 a vu également se dérouler le championnat d'Europe de luttres interceltiques, le championnat de France de tennis de table (4 835 spectateurs :

record d'affluence des dernières années) ... Et, pour les invités des partenaires, les après-matches sont à la hauteur avec 1 700 m² de salons de réception.

L'expertise spectacles et sports se rejoignent dans la création d'événements, ainsi en juin, pour le Brest Arena indoor show, dédié aux disciplines sportives urbaines (skate, roller, BMX), avec un plateau européen. Initiation, découverte, compétition ont ravi un large public, y compris de clubs et associations. En 2017, le show se déroulera aux Capucins. Côté entreprises, Brest Arena est bien identifiée. Après 5 événements en 2015, elle en a compté 16 en 2016 (11 480 professionnels). Un exemple : l'assemblée générale du groupe Crédit Mutuel Arkéa a accueilli 9 000 salariés. « Les compétences sont démultipliées grâce à la mobilisation conjointe des équipes et matériels de Brest Expo : nous avons deux cartes dans notre jeu, souligne le directeur David Saliou. Et même davantage. Ainsi, fin 2016 nous avons signé avec la CAPEB (artisanat et bâtiment) pour un futur congrès national à la fois à Brest Expo, à Océanopolis et aux Capucins : une vraie complémentarité des lieux, qui nous permet de répondre précisément aux besoins des clients. »

Un parcours du spectateur et davantage de valeur ajoutée

Le chiffre d'affaires est en augmentation de 20 %. Brest Arena a ouvert au public 100 jours en 2016 et la limite de

HANDBALL : UN POSITIONNEMENT MONDIAL

Plus que jamais, Brest métropole est reconnue à l'international en sport. L'outil Brest Arena et son équipe savent faire valoir leurs atouts, dont la capacité à aider les organisateurs à transformer un match en véritable spectacle et à fédérer les partenaires. Brest Arena accompagne la réussite de Brest Bretagne Handball (champion de France D2F, vainqueur de la coupe de France, qualifié en coupe d'Europe EHF). Avec 350 partenaires et 1 400 abonnés entreprises, le BBH est le premier club de handball féminin en France sur le plan du partenariat. Au-delà de ces matchs, la performance de Brest Arena sur les plans technique, logistique et événementiel lui permet d'accueillir des compétitions internationales : le Mondial masculin en janvier 2017, une poule de l'Euro féminin en 2018.



PLUS QUE JAMAIS, BREST MÉTROPOLE EST RECONNUE À L'INTERNATIONAL EN SPORT

la capacité du site en créneaux utilisables a quasiment été atteinte. Pour la suite, il s'agit d'accroître la valeur ajoutée des prestations et de proposer davantage de services.

« Nous développons le parcours du spectateur : de la première information via le site internet, jusqu'à l'après spectacle sur les réseaux sociaux (la communauté Facebook a doublé, avec près de 12 000 abonnés), communication, mise en vente réseaux et web, contrôle électronique des entrées... sans oublier l'accueil et le placement. Nous aidons nos clients à vendre leurs billets. »

Il faut dire que la billetterie décline une grande gamme de services, en ligne, au guichet, contrôlé avec scan code-barre, placement en salle, rapport et synthèse des ventes. Son activité est en forte hausse avec 23 753 billets (16 419 en 2015). La progression est même de 126 % en spectacle, domaine où pourtant les distributeurs sont nombreux.



OFFRE COMITÉS D'ENTREPRISES : TROIS LIEUX POUR RÊVER

Proposer un choix de trois spectacles aux comités d'entreprises pour les fêtes de Noël : l'initiative a été couronnée de succès. Trois équipements qui, auparavant, communiquaient chacun de son côté se sont regroupés pour une démarche commerciale commune : Brest Arena, Brest Expo et le Rinkla Stadium. Bilan : 136 comités accueillis (115 en 2015), 58 395 spectateurs (+ 18 %, tous les équipements en ont profité). Les entreprises apprécient la diversité de l'offre, qui renouvelle l'intérêt pour leurs collaborateurs et leurs familles, et la flexibilité en terme de dates. Pourquoi ne pas étendre cette optimisation de la communication et de la vente à d'autres équipements de Brest'aim ? L'idée fait son chemin.

UN REPOSITIONNEMENT QUI PORTE SES FRUITS

LE CHALLENGE DES TRAVAUX

Depuis son ouverture en 1974, Brest Expo s'est toujours adapté aux besoins du territoire. Pour continuer à le faire au mieux, le temps est venu d'y entreprendre un important programme de travaux : 1,5 million d'euros y seront consacrés par Brest'aim et Brest métropole dans les prochaines années. Les priorités de la réhabilitation sont l'accueil des visiteurs et les espaces mis à la disposition des entreprises. Les travaux se dérouleront espace par espace, à partir de début 2018.



Le repositionnement stratégique de Brest Expo sur son cœur de métier, l'activité salons, et le développement de cinq nouvelles manifestations ont contribué à faire de 2016 une bonne année. L'équipement développe des partenariats et mobilise des acteurs économiques. Le renouvellement de la délégation de service public en 2017 s'accompagne d'un plan important de rénovation du bâtiment.

Avec une soixantaine d'événements par an, Brest Expo met en avant comme point fort la modularité de ses espaces et entend accentuer encore son rôle de lieu d'échanges économiques révélateurs du dynamisme du territoire métropolitain. « Pour les manifestations événementielles et commerciales, nous avons une approche "marché" et des prestations d'accueil à valeur ajoutée importante, note le directeur, François de la Chapelle. L'accompagnement des clients est essentiel. »

Des premières éditions très prometteuses

Brest Expo se renouvelle. La co-production avec *Le Télégramme*, pour la Foire Exposition, a été l'événement phare de 2016. L'année a aussi été marquée par les premières éditions du Salon du tourisme en février, avec une importante logistique, du Salon de l'érotisme en octobre et de l'opération Noël au Parc qui a ravi les comités d'entreprise : un spectacle et une partie réceptive avec ateliers et cocktail. Ils se sont ajoutés aux événements réguliers (habitat, vins et gastronomie, véhicules de loisirs, galas des grandes écoles...)

Brest Expo continue d'accueillir des spectacles de grande dimension, avec des affiches de stars : Johnny et ses 7 000 spectateurs, le spectacle équestre Zingaro pendant cinq semaines, produit par le Quartz. Cette complémentarité des équipements est au cœur du plan stratégique de Brest'aim.

Centre d'affaires et d'opportunités

Vis-à-vis des entreprises, Brest Expo est un centre d'affaires et d'opportunités de l'Ouest breton. On peut citer le succès de la première édition du Salon process industries (180 stands) – événement reconduit en 2018 –, le Congrès du transport hospitalier et ses 600 participants...

Pour alimenter cette logique de perspectives de développement économique, un plan de travaux est envisagé. Il est inscrit dans la nouvelle convention de délégation de service public signée par Brest métropole et Brest'aim pour 5 ans à compter de 2017.

+ 19%
de visiteurs

5
nouvelles
manifestations

64%
du chiffre
d'affaires sur
l'activité salons



RINKLA STADIUM

UN PLAN MARKETING ET COMMERCIAL PORTEUR, UNE RÉACTIVITÉ AU QUOTIDIEN

Le Rinkla Stadium a pris en 2016 de nouvelles initiatives sur le plan marketing et commercial. Le développement du digital, axé sur les jeunes et les familles, correspond aux attentes de ses publics. Son dynamisme se traduit aussi par une augmentation des prestations dédiées aux entreprises.

Le Rinkla Stadium a renouvelé son offre envers les 13-18 ans, avec une campagne de webmarketing : push sur Facebook, programmes de fidélité, etc. Pour les familles avec enfants en bas âge, il s'agissait de lever certains freins (le tarif, le froid, l'appréhension du patinage). D'où la promotion du pass famille à 20 €, un village enfants sécurisé, des casques... Et pour tous, un film diffusé au multiplexe depuis octobre.

Les autres publics ne sont pas oubliés, ainsi les 12 000 scolaires qui sont les meilleurs porte-paroles du Rinkla Stadium, les centres de loisirs, associations, comités d'entreprise.

Si la fréquentation des séances publiques est en hausse, ce n'est sans doute pas un hasard.

51%
de nouveaux
abonnés Facebook
(2 317 « j'aime »)

24,5 M²
l'écran led installé
en octobre

12 165
entrées en
décembre 2016 :
un record



OFFRE DE NOËL : UNE BILLETTERIE COUPLE ET OFFRE PACKAGÉE

Comment dynamiser les fréquentations en optimisant la synergie entre les équipements de Brest'aim ? Comment valoriser les fichiers clients en commercialisant plusieurs sites ? Pour y répondre, une grande opération d'offre packagée a été lancée sur la période de Noël. Uniquement basée sur une stratégie de web marketing et de communication via les réseaux sociaux, cette démarche a également donné l'occasion aux équipes de développer leurs compétences sur les nouveaux modes de communication. La campagne en quelques chiffres : 316 383 impressions Facebook pour 58 176 personnes touchées, 22 163 mails adressés aux différents clients de Brest'aim.

Une grande réactivité

La refonte du site internet l'a rendu plus accueillant, axé sur l'actualité de l'équipement. Yohan Szantaruk, assistant de communication depuis mars, l'alimente en continu ; il est très attentif sur la place de la patinoire sur les réseaux sociaux, l'interactivité fonctionne.

« 362 jours par an, la patinoire adapte les séances à chaque type de public, dit la directrice, Clémentine Floch.

Parmi les nouveautés 2016 : le petit déjeuner offert, au lieu d'être sur une table en bord de piste, l'est maintenant sur de la moquette avec mobilier lumineux et animations. Le concept est appliqué au goûter du mercredi. » L'installation d'un écran géant led contribue à l'ambiance du lieu.

Le Rinkla Stadium développe l'éventail de ses prestations en direction des entreprises et bénéficie de l'expertise de Brest'aim Events. Il a reçu 6 entreprises en 2016 contre 1 en 2015 : la preuve qu'il devient lieu de réunion qui allie le sérieux et le ludique, en leur proposant des soirées à thème, ou orientées karting, hockey, ballon-balai en chaussures sur glace, etc.



UNE PROFONDE MODERNISATION ET UNE DÉMATÉRIALISATION QUI SE GÉNÉRALISE

181
places au rez-
de-chaussée des
Capucins (à terme,
630 sur 3 niveaux)

5,6%
de baisse de
consommation
électrique

715
utilisateurs de
l'application
Whoosh en 2016,
mise en place
le 20 octobre

2016 est une année d'importantes transformations pour l'activité stationnement, aboutissement d'un long travail de modernisation : ouverture d'un parc en enclos et d'un parking en ouvrage, installation de 33 nouveaux horodateurs. En tous lieux, la dématérialisation avance, avec des modes de paiement novateurs. L'image du stationnement est valorisée ; il communique désormais sous l'identité Brest'Park.

Le post-paiement apprécié

Brest'aim vise à satisfaire au mieux les habitants de Brest métropole dans leurs besoins en stationnement. La première réalisation, décidée par la collectivité dans le cadre du contrat signé avec Q-Park, a été celle, en avril, place du Général de Gaulle, du parking en enclos du Château, appelé aussi parking aérien sous barrière (80 places). Il fait suite à l'ouverture, en décembre 2015 de deux parkings du même type : Gares (160 places) et Sangnier (78 places). « Le succès de la fréquentation de ces trois parkings confirme qu'ils répondent à une attente forte des visiteurs du centre-ville », se réjouit la directrice, Magali Rousseau. Au fil des semaines, ils se les sont appropriés. Ils apprécient

également le paiement en sortie, qui facture uniquement la durée réelle de stationnement. Par ailleurs, ils utilisent judicieusement les créneaux de gratuité. »

Le deuxième enjeu était, le 25 novembre, l'ouverture du parking en ouvrage des Capucins, en rez-de-chaussée, avec 181 places. Par la suite, en fonction des besoins, 449 places seront disponibles sur deux autres niveaux. Brest'aim assure la gestion générale du parking, sa maintenance, son nettoyage.

Des horodateurs connectés

Une nouvelle génération d'horodateurs a fait son apparition. Ils intègrent, entre autres nouveautés, d'autres modes de paiement que les pièces. Ainsi, 33 ont été installés (extension du secteur payant) qui acceptent la carte bancaire (y compris sans contact) et peuvent délivrer les forfaits résidents. La saisie de l'immatriculation permet la dématérialisation du ticket. La généralisation de ce système va se faire sur l'année 2017 : tous les horodateurs seront connectés.

Autre révolution : le paiement par téléphone mobile grâce à l'application Whoosh. Elle est devenue une réalité le 20 octobre. Plus besoin de ticket ! Elle permet d'augmenter ou de diminuer à distance sa durée de stationnement. En deux mois, 715 personnes l'ont utilisée.



L'environnement est une préoccupation de tous les jours. « Dans les parkings souterrains, nous avons réalisé d'importantes économies, grâce à de nouvelles méthodes d'éclairage raisonné et au remplacement de néons par des leds : 5,3 % en 2015 et 5,6 % en 2016. Grâce aussi à la réalisation en interne de la majorité des réparations. Il faut souligner l'adaptabilité de l'ensemble de l'équipe face à cette profonde modernisation, dans un calendrier serré. » On connaissait « Brest'aim stationnement » ou « Stationner à Brest » ; désormais il existe la marque « Brest'Park ». Elle a son logo, son dépliant, propose de nombreux services et les fait connaître davantage.

SATISFAIRE AU MIEUX LES HABITANTS DE BREST MÉTROPOLE DANS LEURS BESOINS EN STATIONNEMENT

LE MAITRE-MOT : S'ADAPTER

« Davantage d'évolutions en six mois qu'en dix ans ! » Chef du secteur voirie, Denis Renaut, depuis 1991 au stationnement, est toujours enthousiaste pour parler de son métier. « Entre les parcs en enclos, l'extension de la zone payante, le passage au paiement par carte et mobile, on apprend beaucoup, dit-il. Les horodateurs communicants, avec une relève des données en instantané, permettront d'ajuster les collectes, qui vont s'espacer. Pour vérifier leur fonctionnement, plus besoin d'aller voir sur place si la led est verte : à partir de l'ordinateur de l'atelier, on sait s'il y a un problème et quelle est sa nature ; on répare plus rapidement. » Le remplacement des anciens horodateurs nécessite une planification très précise, pour ne pas laisser de rue sans machine. La collaboration avec les sociétés prestataires et Brest métropole est efficace. Les agents sont également aux côtés des automobilistes pour les aider à utiliser les nouveaux outils de paiement.

SERVICES SUPPORTS CENTRAUX **UNE EXPERTISE ET UNE VISION STRATÉGIQUE AU SERVICE DE TOUS**



6 816
bulletins de
salaire émis

**+ de
12 000**
factures d'achats
traitées

2 tonnes
d'ordinateurs, écrans
et autres appareils
recyclés par une
entreprise adaptée

Au siège de Brest'aim, l'expertise des 17 salariés des services supports sécurise l'ensemble de la société et permet aux équipements de se concentrer sur leurs missions spécifiques. Ils gèrent les ressources humaines, la comptabilité, les finances, les marchés publics, le juridique, l'administratif ; ils lancent aussi des projets transversaux, notamment liés à la transition numérique et à l'environnement.

Les enjeux sont multiples et le professionnalisme de l'équipe a été mesuré ces dernières années à l'aune des nombreux contrôles dont Brest'aim a fait l'objet : commissaires aux comptes, administration fiscale, URSSAF, Chambre régionale des comptes... Toutes leurs conclusions montrent la rigueur avec laquelle la société est gérée. Les nombreuses transformations des logiciels métiers (gestion du temps de travail, recrutement, bureautique, gestion comptable et financière...), celles des modes de communication interne, celles des entretiens annuels du personnel visent à renforcer la performance globale de l'entreprise.

Les services supports centraux apportent aussi une assistance à l'évolution stratégique, par exemple dans les réponses aux appels d'offres et aux consultations de DSP ainsi que pour la gestion à long terme des ressources humaines, par exemple en anticipant les effets du vieillissement des salariés, 47 % devant avoir plus de 50 ans à l'horizon 2018. La formation y joue notamment un rôle essentiel.

Toujours anticiper

« À nous de déployer de l'agilité au service des ambitions métropolitaines, explique Stéphane Maby, secrétaire général*. Cette agilité qui fait partie de l'ADN de Brest'aim. En prenant appui sur le potentiel de créativité de chacun ; en imaginant, testant, essayant des tendances... »

La prospective est permanente. Ainsi pour adapter les politiques tarifaires des équipements, pour s'approprier de nouveaux espaces urbains comme aux Capucins, pour participer au côté de la CCI à la réponse à l'appel d'offres de la Région sur la gestion de l'aéroport de Brest Bretagne, pour alimenter la stratégie de marketing territorial et de tourisme d'affaires de Brest métropole, etc.

**L'EXPERTISE DES 17 SALARIÉS
 DES SERVICES SUPPORTS SÉCURISE
 L'ENSEMBLE DE LA SOCIÉTÉ ET PERMET
 AUX ÉQUIPEMENTS DE SE CONCENTRER
 SUR LEURS MISSIONS SPÉCIFIQUES**

Une responsabilité sociétale affirmée

« Nous pilotons, ajoute le secrétaire général, les actions liées au développement durable qui, plus largement, impliquent notre responsabilité sociétale. Nous ne nous contentons pas de la norme ISO, même si elle est essentielle (voir l'encadré) ; notre démarche éthique et solidaire est elle aussi importante. »



Ainsi, Brest'aim adhère-t-elle au PIMM'S (Point information médiation multiservices), est-elle signataire d'une convention pour l'insertion des 16-25 ans sortis du système scolaire (Enjeu 29), fait-elle travailler des ateliers d'insertion (Terre en espoir)...

Dans un autre domaine, Brest'aim a choisi d'encourager les déplacements domicile-travail à vélo de ses salariés en leur attribuant une indemnité kilométrique. Une première, semble-t-il, dans les entreprises du Finistère !

**En mai 2017, Claire Dubois a succédé à Stéphane Maby en qualité de Secrétaire générale de Brest'aim.*



ISO 14001 : TOUJOURS PLUS

La certification ISO 14001, obtenue en janvier 2014 pour l'ensemble des équipements, a été renouvelée en septembre 2016, et Brest Arena y est maintenant intégrée. Dans l'intervalle, les exigences de la norme ont augmenté. Brest'aim s'adapte donc, prenant en compte encore davantage les fournisseurs et prestataires afin de favoriser ceux qui ont une démarche éthique ou écoresponsable. En 2016, la led a été à l'honneur : remplacement des éclairages de pistes au Rinkla Stadium et au parking de Coat ar Gueven. Des études alimentent la vision à long terme des évolutions des équipements, ainsi au Quartz, à Océanopolis, à Brest Expo pour la performance énergétique.



AUX CAPUCINS, UNE FORCE DÉMULTIPLIÉE

La combinaison des compétences des différents équipements et des services centraux constitue l'une des grandes forces de Brest'aim. L'intervention de la société au sein des Ateliers des Capucins en est une illustration : Brest'aim a remporté un appel d'offres pour l'organisation d'animations à caractère métropolitain sur le site, une belle opportunité pour élargir son champ d'action au service du territoire. Une petite équipe (1,5 équivalent temps plein) s'y est installée, elle assure la liaison entre la Société publique locale qui gère les Ateliers et les différents porteurs de projets. Quelques exemples : un fest-deiz mis en place en décembre 2016 par Le Quartz et quatre événements d'envergure préparés fin 2016-début 2017 par les équipes de Brest Arena, Brest Expo et du Rinkla : une scénographie lumière du bâtiment, un Riding indoor show, un pique-nique insolite et une semaine de la mode ; autant de forces complémentaires réunies dans une même dynamique collective.

CHIFFRES CLÉS 2016

206
salariés
permanents

46 ans
de moyenne d'âge

16 ans
d'ancienneté
moyenne

+ 100
métiers différents

374
formations suivies
en 2016

PRODUITS *

33,2 M€ HT

Brest Arena	2,464
Brest Expo	2,694
La Recouvrance	0,532
Le Quartz Congrès	1,624
Le Quartz Culture	6,951
Marina du Château	1,572
Marina du Moulin Blanc	2,581
Océanopolis	9,921
Rinkla Stadium	1,011
Brest'Park	2,078

* Principaux postes

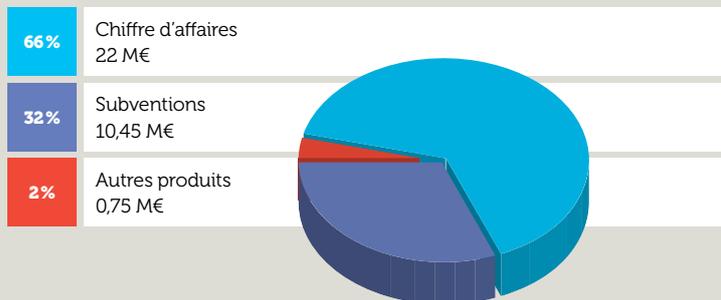
CHARGES *

32,7 M€ HT

Coût d'achat des marchandises	1,333
Consommation en provenance des tiers	14,407
Impôts et taxes	0,907
Charges de personnel	13,451

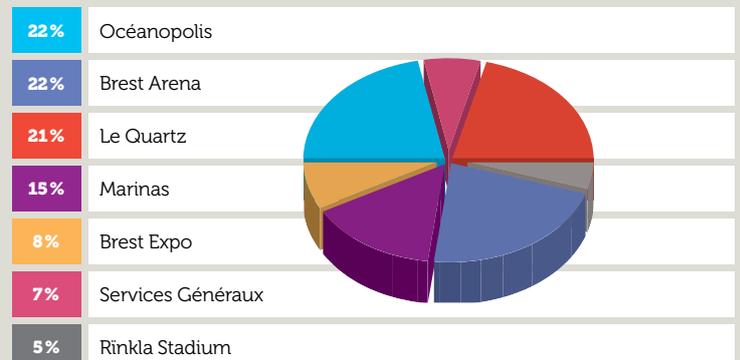
* Principaux postes

PRODUITS RÉPARTITION



INVESTISSEMENTS

1,05 M€ HT



RÉSULTAT NET

516,8 k€

GESTIONNAIRE
D'ÉQUIPEMENTS PUBLICS

ORGANISATEUR
D'ÉVÉNEMENTS

ACTEUR CLÉ
DU DÉVELOPPEMENT
DURABLE
DE LA MÉTROPOLE
BRESTOISE