

**L'ambition d'Eurexpo-Lyon :  
Entrer dans le Top 15 européen des parcs d'exposition  
en devenant une référence de l'accueil en Europe  
Dossier de presse**

Janvier 2008



**Contacts presse :**

**Eurexpo : Marion VERNAY**  
BP 190 – 69686 Chassieu  
Tél : +33 (0)4 72 22 32 43  
Fax : +33 (0)4 72 22 33 34  
Port. : + 33 (0)6 66 56 34 49  
mvernay@eurexpo.com

**Communiquez : Stéphanie BONNAMOUR**  
45, Quai Rambaud – 69002 Lyon  
Tél : +33 (0)4 72 69 08 20  
Fax : +33 (0)4 72 44 97 70  
Port. : +33 (0)6 60 58 45 45  
s.bonnamour@communiquez.fr

# SOMMAIRE

<b>I. Présentation et visite guidée</b>	<b>Page 4</b>
<b>1. Eurexpo, le lieu de tous les événements</b>	<b>Page 4</b>
Accueillir les salons	
Montée en puissance de l'événement	
<b>2. Des infrastructures modernes et adaptées</b>	<b>Page 5</b>
Les halls d'exposition	
Les espaces événements	
<b>3. Priorité à la qualité humaine et relationnelle</b>	<b>Page 6</b>
<b>4. Un opérateur responsable, soucieux du développement durable</b>	<b>Page 7</b>
<b>5. Gouvernance : une organisation renouvelée pour dynamiser la croissance d'Eurexpo</b>	<b>Page 8</b>
<b>II. L'ambition d'Eurexpo- Lyon : entrer dans le Top 15 européen des parcs d'exposition en devenant une référence en matière d'accueil</b>	<b>Page 9</b>
<b>1. Activité : intégrer le top 15 européen des parcs d'exposition</b>	<b>Page 9</b>
Accroître le nombre de salons	
Etre un moteur pour les salons à fort potentiel	
Devenir une référence pour les événements	
<b>2. Accueil : devenir une référence de l'accueil en Europe et faire d'Eurexpo un site convivial et facile à vivre</b>	<b>Page 10</b>
<b>3. Image : participer au rayonnement international de la destination Lyon et mettre Eurexpo dans le cœur des lyonnais</b>	<b>Page 10</b>

# SOMMAIRE

## **III. Les points d'appui de la stratégie** Page 11

1. Une politique de grands projets Page 11

2. Le support de la CCI Page 11

Prendre part à la dynamique des pôles de compétitivité  
Peser dans les décisions sur les infrastructures

3. Le professionnalisme de GL Events : synergies et mutualisation Page 12

4. La signature OnlyLyon Page 12

## **IV. Destination Lyon** Page 14

1. Une hôtellerie en fort développement Page 14

2. Un nouvel essor pour Lyon Saint-Exupéry Page 15

## **Annexes** Page 16

1. Le marché de l'événementiel Page 16

2. Le tourisme d'affaires, une dynamique qui profite à toute la chaîne économique Page 17  
2007, une année d'accélération pour Lyon

3. L'histoire d'Eurexpo Page 18

4. Tout sur Eurexpo Page 19

Faits et chiffres

. Fiche d'identité

. L'activité

. Les grands salons d'Eurexpo

. Les grands événements d'Eurexpo

L'équipe

Plan du site

# I. Présentation et visite guidée

## 1. Eurexpo, le lieu de tous les événements

### Accueillir tous les salons

Le parc d'expositions et centre de conventions Eurexpo a été créé en 1984. Sa notoriété s'est forgée autour de sa vocation initiale : l'accueil de salons professionnels et grand public. De plus en plus international, le site reçoit chaque année plus de 15 000 exposants et près de 1,5 million de visiteurs.



Il est, à travers **40 à 50 salons** par an, étroitement associé à de grands rendez-vous qui sont autant de références dans leurs univers respectifs :

**Salons professionnels** : Sirha, Pollutec, Solutrans Piscine, Salons du Bâtiment et du Bois, Industrie Lyon, Europack, Equipville - Lumiville, Print'Or, Sport Achat, Funexpo -

**Salons grand public** : La Foire de Lyon, Equita Lyon, Salon Automobile de Lyon, Salon du 2 roues, Mondial des Métiers, Epoqu'Auto, Tendances Maison, Primevère, Vivez Nature, Plaisirs Créatifs...

### La montée en puissance de l'événement

Depuis plus de vingt ans, le marché des rencontres professionnelles et grand public a considérablement évolué. Les formes des manifestations changent, les besoins qui en découlent évoluent. En complément de sa vocation première de parc d'expositions, Eurexpo se positionne désormais en centre de conventions, avec un ensemble de solutions d'accueil qui combinent une logistique à la mesure des opérations organisées avec une totale polyvalence.

Plus de 60 événements de tous types — institutionnels, festifs, publicitaires... — s'y déroulent chaque année : dîners de gala, conventions, séminaires, salons d'enseigne, lancements de produits ...



## 2. Des infrastructures modernes et adaptées

Au fil du temps, Eurexpo s'est agrandi, modernisé et diversifié pour accompagner, voire anticiper, les demandes de ses clients. Architecture et design, technique et technologie se sont conjugués pour proposer des équipements propres à recevoir des manifestations de toute nature, de toute taille. Accélération du progrès oblige, Innovation et high-tech ont apporté une révolution dans tous les domaines concernés : accueil, sécurité, éclairage, sonorisation...Et communication , bien sûr. Depuis octobre 2007, Eurexpo est le seul parc d'exposition en France à proposer le Wi-Fi gratuit sur l'ensemble du site pour les visiteurs, les exposants bénéficiant quant à eux d'un service spécifique et sécurisé.



### Les halls d'exposition : confort et modernité

La surface totale d'exposition (110 000 m<sup>2</sup>) se déploie sur 12 halls de plain-pied, dont la surface va de 2 000 à 12 000 m<sup>2</sup>. Leur organisation en éventail autour du Dôme permet aux visiteurs de circuler de manière fluide et abritée, avec une accessibilité maximale due à l'absence de niveaux.

### Les espaces événements : imagination et flexibilité

Le hall 66, l'espace Alto et la Piste Tout Terrain : ces trois lieux proposent aux organisateurs une offre diversifiée, appropriée à chaque type d'événement. Ils fonctionnent aussi bien de manière autonome que reliés aux halls d'exposition.

#### • Le Hall 66

Eurexpo a célébré son 20<sup>ème</sup> anniversaire en 2004 avec ce nouvel espace, l'un des plus vastes d'Europe : 12 000 m<sup>2</sup> sans poteau, et une hauteur utile variant de 12 à 15 mètres. Sa conception libère le sol grâce à un étage technique et repose sur une modularité absolue des volumes, de manière à accueillir les événements de toute nature : shows sportifs, concerts, meetings, dîners de gala, lancements de produits...

Doté de cloisons mobiles et d'une façade vitrée sur 80 mètres de long et 15 mètres de haut qui peut être occultée par des volets automatisés, le 66 a un cœur qui bat à tous les rythmes : sa partie centrale (80 m x 80 m) constitue un espace scénique privilégié qui se prête à d'infinies variations lumineuses.

Disposant de sa propre entrée, le hall 66 peut s'utiliser de manière indépendante ou intégrée aux autres halls. Il s'accompagne de parkings de grande capacité et d'un ensemble de services ; de chaque côté, les patios Nord et Sud sont traversés par une « ruelle » qui distribue salles de réunion et restaurants et qui rejoint les halls 5 et 8 par des galeries de liaison.

#### • Le Centre de Convention ALTO



En 2002, l'ouverture de l'espace Alto en prolongement du hall 3 a permis d'ajouter quelque 3 000 m<sup>2</sup> à la surface d'exposition d'Eurexpo. Dédié aux événements d'entreprise, il est particulièrement conçu pour les manifestations de petite ou moyenne dimension (séminaires, conventions, workshops...) qui ont besoin d'un cadre favorisant les échanges et la convivialité.

Avec son parking paysagé de 1 600 places, son accès indépendant, et sa vue sur le Golf de Chassieu, l'espace Alto s'organise sur trois niveaux, comprenant une zone d'accueil de 800 m<sup>2</sup> avec restaurant panoramique, une zone d'exposition de 3 000 m<sup>2</sup> à la décoration particulièrement soignée (revêtement mural en bois, sol en grès) et cinq salles d'exposition modulables pouvant accueillir de 50 à 500 participants. A l'instar des autres équipements du site, l'espace Alto bénéficie des dernières technologies de communication et de projection.

#### • La piste tout-terrain

Pas d'erreur d'orientation, il existe bien un désert et une montagne dans la plaine d'Eurexpo ! Surprenante de réalisme avec sa carrière, son gué, ses pentes à dévaler..., la piste tout-terrain d'Eurexpo recrée sur sept hectares tous les obstacles d'un parcours naturel. Proposant six parcours thématiques, elle se prête aussi bien aux opérations de promotion dans l'univers automobile qu'aux séances de team-building, incentive et autres animations de force de vente. Elle se complète de salles de réunion à proximité et d'une offre complète de restauration à la carte.



### 3. Priorité à la qualité humaine et relationnelle

L'activité d'Eurexpo se centre sur les relations humaines. Depuis l'origine, elle témoigne des trois valeurs fondatrices du site : l'accueil, la proximité et le

professionnalisme. Fidèle à cette éthique, le lieu est dédié à la rencontre, qu'il entend rendre la plus efficace, mais aussi la plus conviviale et la plus confortable possible. Dans cette logique, les équipes du site s'impliquent pour construire des relations solides et durables avec leurs clients, relations fondées sur l'entente et la confiance face à des enjeux toujours essentiels : un événement, un salon mobilisent beaucoup de moyens et d'énergie et les résultats doivent être à la hauteur des investissements consentis.

Eurexpo est aussi une entité humaine et économique qui entend vivre en bonne intelligence avec ses voisins, dans une communauté d'intérêts partagés : communes riveraines, entreprises, aéroport de Lyon Saint Exupéry ... sont autant de partenaires fédérés par leur contribution dynamique au rayonnement de l'agglomération.

#### **4. Un opérateur responsable, soucieux du développement durable**

Soucieux de son intégration dans la communauté, Eurexpo est aussi un opérateur conscient et responsable de ses impacts sur l'environnement.

Depuis **2006**, Eurexpo a choisi de confier à la société Veolia Propreté la gestion de tous les déchets produits



**2400** tonnes de déchets ont ainsi été collectées et triées en 2007 à Eurexpo et en centres spécialisés (par exemple et entre autres, 280 tonnes de bois et 180 tonnes de moquette ont été triées directement sur site en 2007). Environ 40% de ces déchets seront valorisés.

De plus, par l'intermédiaire de son service exposant, Eurexpo propose à chaque exposant un service de collecte de ses propres déchets.

Autre exemple de l'engagement d'Eurexpo, le parc propose à ses organisateurs qui lui confient l'installation générale du salon, de réaliser tous les stands et le mobilier en carton recyclable. C'est le cas du salon Communiquez Textile, qui a eu lieu du 23 au 25 janvier 2008.

Enfin, Eurexpo, dans ses grands projets de réaménagement de sa place d'accès et des zones d'accueil, intègre complètement la préservation de l'environnement et des ressources dans ses réflexions (panneaux solaires...).

## **5. Gouvernance : une organisation rénovée pour dynamiser la croissance d'Eurexpo**

En décembre 2006, la gouvernance d'Eurexpo a été modifiée en profondeur, avec un double objectif :

- . accompagner la croissance d'Eurexpo en phase avec les grandes mutations du marché de l'événementiel;
- . donner toutes les garanties de continuité de service pour le rayonnement économique de Lyon et de son agglomération.

### **Le capital a été restructuré de la manière suivante :**

la Ville de Lyon a cédé à la SEPEL, gestionnaire du site, les 34,3 % qu'elle détenait. Cette opération a fait de la CCI de Lyon l'actionnaire majoritaire de la SEPEL, avec désormais 53 % des parts. Les 47 % restants sont détenus par le groupe GL Events, qui en était auparavant actionnaire à hauteur de 30 %.

Le pacte d'actionnaires de cette société à Conseil de Surveillance et Directoire garantit à la CCI de Lyon une fonction de contrôle avec la présidence du Conseil de Surveillance et au groupe GL Events une fonction de management avec la présidence du Directoire. Un représentant de la CCI de Lyon est l'invité permanent du Directoire. Le groupe GL Events a également porté à 95 % sa participation au capital de la société SEPELCOM, en charge de l'activité d'organisation des foires et salons, la SEPEL conservant 5 % de l'actionnariat.

La restructuration de sa gouvernance devrait permettre à Eurexpo de renforcer sa réactivité et d'assurer sa pérennité, à travers des alliances ou partenariats favorisant l'ancrage de ses positions sur ses marchés.

## II. L'ambition d'Eurexpo-Lyon : entrer dans le Top 15 européen des parcs d'exposition en devenant une référence en matière d'accueil

Les ambitions de développement d'Eurexpo portent sur plusieurs registres. Elles visent autant à ancrer le site dans une perspective de croissance rentable qu'à renforcer son image de lieu attractif et accueillant, dans une dimension qui croise étroitement le rayonnement international et la proximité régionale.

### 1. Activité : intégrer le top 15 européen des parcs d'exposition

Avec une surface de près de 110 000 m<sup>2</sup> couverts, Eurexpo se situe aujourd'hui au 20<sup>ème</sup> rang des parcs d'exposition européens et au 3<sup>ème</sup> rang français, juste derrière les deux sites parisiens de la porte de Versailles et Paris-Nord Villepinte. Son ambition est d'intégrer le top 15 européen en termes de chiffre d'affaires

#### Accroître le nombre de salons

La singularité d'Eurexpo repose sur son appartenance à une région qui rayonne à plusieurs niveaux, grâce à un bassin économique très diversifié qui va des TPE innovantes aux multinationales, en passant par des PME extrêmement dynamiques. Son implantation stratégique, au carrefour des grands axes d'échanges, positionne le site de manière optimale pour attirer une fréquentation de tous horizons. Le succès remporté par des salons aussi différents que Pollutec, Equita'Lyon, le Sirha ou le salon de la Piscine prouve la capacité d'Eurexpo à accueillir toute manifestation, qu'elle soit grand public ou professionnelle, locale ou internationale.

#### Etre un moteur pour les salons à fort potentiel

Certains salons, très pointus dans leur domaine ou en quête de notoriété, ont besoin d'un espace adapté pour se pérenniser, se faire connaître sans fragiliser leurs structures par des coûts d'exposition surdimensionnés. Offrant un excellent compromis par son aire de rayonnement à plusieurs échelles géographiques et son coût au m<sup>2</sup> étudié, Eurexpo entend attirer ces salons pour les aider à gagner en visibilité et en solidité.



## **Devenir une référence pour les événements**

Entreprises, prescripteurs privés et institutionnels : ces trois secteurs sont aujourd'hui des clients actifs ou à fort potentiel pour l'organisation d'événements.

L'ambition d'Eurexpo est de faire progresser la part de cette activité de 10 à 20 % du chiffre d'affaires.

Des opérations liées aux salons professionnels aux grandes conventions d'entreprise, des manifestations officielles aux soirées festives, des opérations de promotions aux journées d'incentive, Eurexpo est le lieu de tous les événements !

## **2. Accueil : devenir une référence de l'accueil en Europe et faire d'Eurexpo Lyon un site convivial et facile à vivre**

Face à la concurrence exacerbée des marchés de l'exposition, Eurexpo se doit de développer un avantage compétitif concurrentiel fort. Dans un métier fait de la rencontre entre les hommes, qu'il s'agisse de salons grand public ou de rendez-vous professionnels, la stratégie adoptée par Eurexpo est de devenir une référence en matière d'ACCUEIL.

Ceci sous-tend une stratégie globale qui vise à améliorer toutes les infrastructures relatives à la desserte et à l'accès du site, la signalétique, les services, l'accompagnement des exposants et visiteurs internationaux.

L'idée est de capitaliser le sens de l'hospitalité ancré dans les gènes d'Eurexpo. De préserver un esprit particulier qui conjugue ouverture et convivialité avec professionnalisme et innovation. Eurexpo profite du progrès pour demeurer un lieu confortable à utiliser, facile à vivre, agréable à pratiquer. Derniers exemples en date : le déploiement du Wi Fi sur le site pour permettre des connections simples et rapides à internet ou encore la création de zones de repos.

## **3. Image : participer au rayonnement international de la destination Lyon et mettre Eurexpo dans le cœur des lyonnais**

Engagé dans la démarche OnlyLyon au titre de moteur d'attractivité économique nationale et internationale, Eurexpo Lyon est particulièrement impliqué dans le rayonnement de la métropole. En parallèle, il s'attache à renforcer des relations de proximité avec son environnement socio-économique. Enfin, par les nombreuses manifestations grand public qu'il accueille (Foire Internationale de Lyon, salon Equita', spectacles...), il tend à nourrir et enrichir un lien privilégié avec les lyonnais. Trois échelles d'interaction avec différents publics, qui structurent la communication d'un site déterminé à devenir une référence européenne tout en gardant une place à part dans sa région. Eurexpo se positionne ainsi comme le lieu de tous les événements, cher dans le cœur de tous les lyonnais.

## III. Les points d'appui de la stratégie

### 1. Une politique de grands projets

Le développement d'Eurexpo intègre un programme reposant sur deux notions clés : la qualité des infrastructures et le sens de l'accueil.

Dans cette perspective, trois grandes opérations sont d'ores et déjà engagées :

- le réaménagement de la place d'accès, afin d'en accentuer la convivialité ;
- la mise en place d'une signalétique efficace et accueillante, qui permettra une prise en compte renforcée des visiteurs ;
- l'extension du Hall 99 : 11 000 m<sup>2</sup> supplémentaires, formant avec les halls existants (9 et 10) un ensemble homogène d'un seul tenant de près de 30 000 m<sup>2</sup>.

À travers ces investissements volontaristes qui visent à rendre le site compétitif dans le champ européen, Eurexpo témoigne d'une ambition forte et singulière. À titre de comparaison, entre 1996 et 2002, les Länder allemands ont inscrit les infrastructures, accès et signalétiques des parcs comme prioritaires et y consacré 3,64 milliards d'euros, soit 14 fois plus que la France durant la même période...

### 2. Le support de la CCI

#### **Prendre part à la dynamique des pôles de compétitivité**

En 2004, la France lançait une nouvelle politique industrielle destinée à renforcer sa compétitivité sur la scène mondiale. 71 pôles étaient créés dans ce but, afin de permettre des synergies autour de projets innovants et de pouvoir conquérir les marchés internationaux.

La CCI est directement impliquée dans les grands pôles labellisés à Lyon : Lyon Biopole (santé), Axelera (chimie-environnement), Lyon Urban Trucks & Bus (transports), Imaginove (multimédias), Techtera (textiles).

La stratégie de croissance d'Eurexpo a intégré cette nouvelle donne, avec une réflexion sur des salons qui appuieraient le rayonnement des pôles, en particulier de ceux à vocation mondiale comme Lyon Biopole et Axelera. Cette approche conforte le positionnement d'Eurexpo en outil actif et performant au service de la vitalité économique régionale.

#### **Peser dans les décisions sur les infrastructures**

En devenant actionnaire majoritaire de Sepel, la CCI de Lyon s'est engagée à positionner Eurexpo comme un des outils majeurs de dynamisation des entreprises et des territoires.

Afin d'assurer le développement à long terme de cet équipement, la CCI milite notamment pour renforcer l'accessibilité d'Eurexpo, et ainsi être à la hauteur des objectifs de croissance et du rayonnement de ce grand parc européen.

L'action de la CCI s'articule autour de deux grands projets :

- renforcer l'accessibilité du centre d'exposition par l'A43 en ouvrant une voie d'accès directe à partir de l'autoroute vers Eurexpo. La CCI a défendu les intérêts

des acteurs du territoire en intervenant auprès du Secrétaire d'Etat auprès du Ministre chargé des Transports, Dominique Bussereau et du Préfet de la Région Rhône-Alpes Jacques Gérault.

- optimiser la connexion du site en transports en commun en réalisant une ligne de tramway en « rocade » et reliant la ligne de tramway T2 au site d'Eurexpo et à la Zone Industrielle Mi-Plaine. Ce premier point devrait être réalisé pour 2009, comme l'a confirmé le Président du Sytral, Bernard Rivalta au Président de la CCI, Guy Mathiolon lors d'un entretien début janvier 2008. Dans un deuxième temps et en fonction des arbitrages budgétaires du Sytral, une liaison serait établie avec la ligne de tramway T3 au Nord, rapprochant ainsi le parc des expositions de l'aéroport Lyon-Saint Exupéry.

#### **4. Le professionnalisme de GL Events : synergies et mutualisation**

En renforçant sa participation au capital d'Eurexpo en janvier 2007, le groupe GL Events a montré sa détermination à soutenir les ambitions de croissance du site, pour lequel il a conçu un vrai projet industriel mené en étroite collaboration avec les collectivités locales.

Synergie des activités et mutualisation des moyens sont au cœur de cette démarche, qui se traduit par une mise en commun des forces commerciales. Eurexpo a aussi rejoint le réseau intégré de GL events qui compte plus de vingt sites gérés en France et dans le monde\*. Il bénéficie ainsi d'une dynamique très porteuse en termes de déclinaisons de manifestations et d'accueil de grands comptes moteurs d'opérations multisites.

*\* Clermont-Ferrand (2 sites), Lyon (3 sites), Metz, Nice, Paris, Roanne, Saint-Etienne, Toulouse (2 sites), Vannes ; Barcelone, Bruxelles, Budapest, Curitiba, Londres, Padoue, Rio, Shanghai, Turin.*

#### **4. La signature OnlyLyon**

Pleine d'énergie, animée par le goût d'entreprendre et d'innover, située à la croisée des grands échanges, à la fois douce et effervescente à vivre, Lyon a des atouts formidables mais ne le dit pas assez... C'est de cette idée qu'est née OnlyLyon, la nouvelle signature internationale de l'agglomération lyonnaise lancée en janvier 2007.

Portée par douze partenaires\* fédérés par la passion qu'ils portent à leur territoire et par de grandes ambitions pour le développer, la démarche OnlyLyon est destinée à renforcer l'attractivité et la compétitivité de la destination Lyon vis-à-vis des décideurs des métropoles européennes, en mettant l'accent sur sa singularité et sa personnalité. L'enjeu est d'attirer des acteurs (entreprises, créateurs, chercheurs, talents) à la fois plus rares, plus exigeants et plus mobiles, et de faire face à des métropoles concurrentes qui avancent et jouent ensemble.

Six leviers d'attractivité ont été identifiés pour faire de Lyon un fleuron économique européen. Eurexpo est au cœur du sixième pilier, celui du développement du

potentiel touristique dont l'organisation de congrès et de grands événements internationaux est un axe majeur.

*\*Le Grand Lyon, le Département du Rhône, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon, l'Aderly, l'Office du Tourisme, l'Université de Lyon, l'Aéroport Lyon Saint-Exupéry, le Palais des Congrès, Eurexpo, le Medef Lyon-Rhône, la CGPME du Rhône, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Rhône.*



## IV. Destination Lyon

Réputée pour sa gastronomie et son art de vivre, classée au patrimoine mondial de l'Unesco, Lyon s'est résolument projetée dans l'avenir grâce à ses pôles d'excellence et ses industries innovantes. Cette alchimie unique est l'un de ses principaux attraits en matière de tourisme d'affaires, qui représentait pour la ville en 2005 plus de 62 % de la demande touristique globale.

2<sup>ème</sup> pôle économique français et troisième destination en France (pays qui accueille le plus de réunions d'organisations internationales après les Etats-Unis et avant la Grande-Bretagne et l'Allemagne), Lyon a construit une offre cohérente et compétitive : sa surface globale s'élève à 25 000 m<sup>2</sup> et sa capacité d'accueil à 19 000 personnes.

Le développement récent de la Cité internationale et d'Eurexpo, complémentaires par leur offre et leurs infrastructures, permet aujourd'hui à Lyon de disposer d'équipements de haut niveau, très concurrentiels sur le marché européen du tourisme d'affaires. Pour renforcer cette compétitivité, un accord de partenariat a été signé début 2007 entre l'Office du Tourisme, Eurexpo et le Palais des Congrès, permettant de financer et d'organiser la promotion de Lyon sur le marché de l'événementiel.



### 1. Une hôtellerie en fort développement

La collectivité poursuit d'importants efforts pour renforcer l'hébergement, levier d'attractivité essentiel pour l'activité : Lyon compte aujourd'hui 11 600 chambres d'hôtels, dont plus de 4 000 en catégorie supérieure.

L'accélération du tourisme d'affaires se traduit par une année 2007 exceptionnelle pour l'hôtellerie lyonnaise (voir en annexe). Cette dynamique crée un contexte favorable pour attirer les investisseurs et développer un programme intégrant constructions neuves et rénovation de l'existant.

Plusieurs projets vont ainsi permettre la création de 700 à 1 000 chambres supplémentaires en catégories 3 et 4\* : à la Cité internationale, en hyper centre sur

le site de la Presqu'île, dans le cadre des opérations de reconversion comme à l'Hôpital de l'Antiquaille, ou encore à La Confluence.

## 2. Un nouvel essor pour Lyon Saint-Exupéry

En termes de desserte, la capitale des Gaules est remarquablement pourvue : elle bénéficie de la proximité des grands axes autoroutiers, de trois gares TGV connectées aux principales métropoles européennes (Londres, Bruxelles, Barcelone...) et d'un aéroport international desservant une centaine de destinations dont 78 sur lignes régulières : 47 lignes internationales et 31 lignes nationales.

De nouvelles lignes sont venues renforcer l'attractivité de l'aéroport qui va désormais desservir New York (en vol direct assuré par Delta Airlines), Birmingham, Florence, Hambourg, Fez, Moscou... Easyjet, le premier opérateur européen à bas coûts, continue aussi à booster la fréquentation de la plate-forme, avec des liaisons proposées vers des métropoles européennes majeures : Madrid, Barcelone, Rome, Londres, Berlin

L'aéroport est actuellement en plein développement. Un vaste programme d'investissement a été lancé sur la période 2003-2006 (240 millions d'euros). Au programme : extension et restructuration du terminal n°2, réorganisation et agrandissement du terminal n°1, projet de nouvelle gare routière, pistes redessinées...

Parallèlement à ces investissements en infrastructures aéroportuaires, l'aéroport Saint Exupéry sera complété par un nouvel équipement hôtelier. Ce dernier regroupera un hôtel (4 étoiles) de 248 chambres (A vérifier), 8 000 m<sup>2</sup> de bureaux, un centre d'affaires de 2 000 m<sup>2</sup> et un parking



Enfin, avec Leslys, mise en service par le département du Rhône en 2010, Lyon sera la première ville française à se doter d'une liaison express ville-aéroport, rejoignant ainsi les métropoles pionnières du monde qui se sont équipées de ce mode innovant.

L'aéroport de Bron, limitrophe d'Eurexpo, est quant à lui le 2<sup>ème</sup> aéroport d'affaires et de loisirs de France. Il permet des acheminements simples et rapides par jet privé, hélicoptère, avions taxi.

### 1. Le marché de l'événementiel

Le secteur de l'événementiel regroupe trois activités principales :

- . les salons/expositions
- . les congrès et conventions
- . les événements/spectacles.

Le marché français se répartit de façon relativement harmonieuse entre ces trois activités. Il est évalué à 1,65 milliard d'euros, et est plutôt en bonne santé puisqu'il affiche une croissance de 31 % sur les cinq dernières années.

. **Les salons / expositions** : à destination des professionnels ou du grand public, ils représentent 4,4 % des investissements en communication en 2006, en progression de 2,5 % par rapport à 2005 (source France Pub-Irep).

. **Les congrès et conventions** : ils représentent près de 10 000 rencontres par an, dans plus de 200 pays et 1 500 villes.

La France, deuxième destination mondiale, accueille chaque année environ 750 congrès, dont 240 internationaux.

. **Les événements : sportifs, culturels, internationaux, corporate (entreprises)**

Très hétérogène, ce secteur est difficile à évaluer. L'ANAE (Association Nationale des Associations d'Événements) recense 74 opérations de plus d'1 M€ en France en 2006.

Pour ce qui concerne les événements d'entreprise, on enregistre annuellement 800 événements rassemblant plus de 1 000 personnes.

L'activité du marché des événements d'entreprises est porteuse d'avenir : selon une étude publiée par Bedouk, le nombre d'entreprises prévoyant une hausse de leur activité de tourisme d'affaires de groupe pour 2007 (27,7 %) a doublé par rapport à 2005.

Ces activités pourraient connaître une croissance annuelle de 5 à 6 % en France.

Pour Henri Ceran, directeur du Côte d'Azur Convention bureau et contributeur du rapport 2007 sur le tourisme d'affaires réalisé par le Conseil économique et social, « *Le développement du tourisme d'affaires, et plus particulièrement des congrès associatifs, conventions d'entreprises et salons professionnels, constitue la réponse la plus adaptée aux enjeux de développement économique de la France pour les années à venir* ».

## Focus sur les parcs d'exposition

Les parcs d'exposition constituent des équipements stratégiques pour les villes, en tant que leviers décisifs pour renforcer leur attractivité aussi bien sur le plan économique qu'en termes d'image.

La France a une offre riche et diversifiée, mais inégalement répartie.

Sur 80 parcs d'exposition en France, 3 seulement offrent une surface couverte de plus de 100 000 m<sup>2</sup> : Paris Expo Porte de Versailles, Paris Nord Villepinte et Eurexpo.

Lyon se situe au 17<sup>ème</sup> rang européen en termes de surface.

Les centres de congrès édifiés en France entre 80 et 2000 souffrent du faible niveau d'investissements, à quelques exceptions près : Lyon, Clermont-Ferrand.

## 2. Le tourisme d'affaires, une dynamique qui profite à toute la chaîne économique

L'activité du tourisme d'affaires concerne quelque quatre-vingts professions. Ses retombées économiques sont estimées à 7,8 milliards d'euros — 4,5 pour les congrès et 3,3 pour les salons — et à près de 300 000 emplois toutes filières confondues.

Selon la Coface, un euro investi dans un salon entraîne 35,80 € de chiffre d'affaires à l'exportation. Pour un congrès de 6 000 cardiologues de trois jours et quatre nuits, la dépense estimée est de 5 M€ (1 M€ en restauration ; 2 M€ en nuitées d'hôtels ; 2 M€ en transports).

En 2005, le tourisme d'affaires a enregistré un solde positif de 8,9 milliards d'euros équivalent à celui de l'industrie automobile.

*Source : Jean-Paul Charié*

Foires, salons, congrès : pour que la France rime avec croissance

*Rapport d'information de la commission des affaires économiques*

*Assemblée nationale, février 2006*

Si le secteur est en croissance et se montre créateur d'emplois, les experts reconnaissent néanmoins un réel besoin de modernisation pour mettre les infrastructures d'accueil à la pointe des innovations technologiques. La France, hier en tête des pays européens pour l'accueil et l'organisation de salons et expositions, a progressivement abandonné son leadership au profit de l'Allemagne et de l'Italie, dont le chiffre d'affaire pèse aujourd'hui respectivement 4 et 2 fois celui de notre pays.

En cause : l'investissement consacré aux équipements, mais aussi l'atomisation du secteur et le retard pris dans la création de manifestation de références. En dépit de ses atouts, Lyon ne pèse que 50 M€ de chiffre d'affaires contre 353 pour Francfort, 291 pour Milan, 263 pour Birmingham.

## 2007, une année d'accélération pour Lyon

Une demande en croissance de 5,1 % par rapport à 2006, un taux d'occupation moyen de 70,3 % : les résultats cumulés à fin juillet laissaient augurer une année 2007 particulièrement dynamique pour l'hôtellerie lyonnaise, confirmant ainsi l'accélération du tourisme d'affaires sur l'agglomération.

Directement liés à cette activité, les hôtels 3 et 4\* affichent de belles performances : + 6,2 % pour leur taux d'occupation, celui du pôle « Lyon Rive Gauche » comprenant les hôtels de la Cité Internationale accusant même une hausse de 10,9 % par rapport à 2006.

Le prix moyen d'hébergement des 4\* s'envole lui aussi à 176,80 € avec une augmentation de 12,3 %, confirmant une fréquentation de plus en plus internationale.

Performance à souligner : au sein d'un marché français très dynamique, l'hôtellerie lyonnaise arrive des têtes des croissances constatées pour les grandes agglomérations françaises, hors Paris. Ces excellents résultats s'expliquent en partie par la combinaison de plusieurs facteurs : l'évolution des grands équipements structurants de l'agglomération — Eurexpo, le Palais des Congrès... —, la croissance du trafic aérien de Lyon – Saint Exupéry, la stratégie de commercialisation du Bureau des Congrès de l'Office du Tourisme du Grand Lyon.

### 3. L'histoire d'Eurexpo

Au début des années quatre-vingt, le marché des salons professionnels confirmait une forte dynamique de progression, mouvement amorcé depuis les années 60/70 et constant depuis lors.

Nés dans la mouvance de la Foire internationale de Lyon, implantée sur les quais du Rhône, de nombreux événements avaient pris une importance — et une indépendance — croissantes : Meuropam, Expotharm, la Biennale de la machine à bois, Ipharmex, Infora, le salon de l'Automobile, le Salon des Métiers de bouche... En parallèle, d'autres organisateurs de salons s'intéressaient à Lyon : Imprimexpo, Expobain, Europack...

La création d'Eurexpo, en 1984, illustre la volonté de toute une région de s'équiper d'une structure d'accueil moderne et performante pour affirmer ses ambitions de développement. Le site était un moteur de croissance puissant pour entrer dans le concert européen des capitales économiques, au même titre que des équipements majeurs comme le centre d'affaires et la gare TGV de la Part-Dieu ou encore l'aéroport international de Lyon – Satolas.

A sa naissance, Eurexpo était déjà riche de la longue expérience de ses concepteurs. Modularité des espaces, sophistication des équipements et haut niveau des services constituaient ses piliers fondateurs, piliers qui allaient lui donner un temps d'avance sur les grandes accélérations qu'allait connaître le marché des salons durant les décennies suivantes.

## 4. Tout sur Eurexpo

### > Faits et chiffres

#### Fiche d'identité

- Un site de 110 hectares à 20 minutes du centre de Lyon
- 110 000 m<sup>2</sup> de surface intérieure d'exposition ou de convention
- 12 halls de plain-pied de 2 000 à 12 000 m<sup>2</sup>
- Plus de 50 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition extérieure
- L'espace Alto : un centre de convention indépendant de 7 000 m<sup>2</sup> avec un hall d'exposition de 3 000 m<sup>2</sup>, une zone d'accueil, un restaurant panoramique et 5 salles de réunions modulables (50 à 500 personnes)
- Le Hall 66 : un espace de 12 000 m<sup>2</sup> sans poteau avec façade vitrée et une hauteur variant de 12 à 15m
- 21 salles de réunions
- Une piste tout-terrain de 7 ha pour des démonstrations de véhicules ou des journées d'incentive
- 7 restaurants et 8 bars
- Une galerie d'accueil avec les principaux services : distributeur de billets, bar, centre de soins...
- 13 000 places de parking

### > L'activité

- CA 2007 : 29M€ ( pour 24.5M€ en 2005, édition comparable), en hausse de 18%
- 110 manifestations en 2007, dont 50 salons professionnels et grand public et 60 événements
- 6 nouveaux salons accueillis : Handica, Hospitevent, SCS Automation et Control, Vignerons indépendants, Sitéo, DMR
- Poursuite du développement de l'activité événement
- 1 500 000 visiteurs accueillis
- 15 000 exposants, dont 15 % internationaux

#### Principaux salons professionnels :

. **Sirha** : Salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation  
En 2007 : 1933 exposants (dont 18% internationaux)  
133 000 visiteurs (dont 11% internationaux)

. **Pollutec** : Salon international des équipements, technologies et service de l'environnement  
En 2006 : 1950 exposants (dont 21% internationaux)

67 326 visiteurs (dont 11% internationaux)

. **Solutrans** : Salon européen des solutions transport

En 2007 : 866 exposants (dont 31% internationaux)

28 000 visiteurs (dont 12% internationaux)

. **Piscine**

En 2006 : 630 exposants (dont 46% internationaux)

19 800 visiteurs (dont 31% internationaux)

**Principaux salons grand public :**

**La Foire de Lyon** : 1212 exposants et 258 458 visiteurs

**Equita'Lyon** : 250 exposants et 80 000 visiteurs

**Salon de l'Automobile** : 95 exposants et 130 200 visiteurs

**Salon du Bois et du Bâtiment** : 738 exposants et 53 994 visiteurs

**Les grands événements d'Eurexpo en 2007**

Meetings politiques de Nicolas Sarkozy et Ségolène Royal

Lancement de la nouvelle Renault Laguna

Convention de la Banque Populaire

Séminaire EDF

Salons d'enseignes Gamm Vert, Métro, Promocash,

Soirée de gala de Point P

Manifestations sportives : Enduro Indoor, CSI\*\*\*\*\* de Lyon...

...

### **> L'équipe**

Effectif : 34 personnes

**Anne-Marie Baezner**, directeur général

**Jacques Ladde**, directeur opérationnel

**Jean-Paul Gaydon**, directeur commercial

**Marianne Dazard**, responsable événements d'entreprise

**Cécile Bordon-Le Cossec**, responsable événements d'entreprise

> Plan du site

