

VILLE DE REIMS  
POLE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE,  
URBAIN ET CULTUREL  
DIRECTION DU TOURISME, DES RELATIONS  
EUROPEENES ET INTERNATIONALES

CCSPL RM / VILLE du 23/11/2011  
N°

NOTE SUR LES ELEMENTS SIGNIFICATIFS

**SAEM REIMS EVENEMENTS**

**RAPPORT ANNUEL  
ANNEE 2010**

## Centre des congrès

Lors de l'établissement du budget prévisionnel 2010 nous avons prévu une activité quasiment équivalente à celle de 2009, avec un premier semestre légèrement plus faible mais compensé par la période de juillet/août un peu plus forte.

L'exercice terminé, nous pouvons dire qu'avec un chiffre d'affaires record de 3 678 729 € HT, supérieur de plus d'un million d'euros aux objectifs fixés, l'activité 2010 a été hors norme.

Cette croissance exceptionnelle, de plus de 36 % par rapport à 2009, s'explique par trois facteurs principaux.

- La mise en place d'une nouvelle politique commerciale basée sur le Yield Management, permettant de mieux optimiser notre planning d'occupation (35 jours d'occupation de plus par rapport à 2009) en ciblant les manifestations les plus rentables et qui génèrent aussi le plus de retombées économiques sur le territoire.
- Le renforcement de notre politique d'offre globale de services à destination des organisateurs, par le biais de notre filiale Reims Évènements Organisation.
- Le développement général de notre destination avec l'arrivée du TGV, et aujourd'hui celle du tramway, un parc hôtelier en progression, la qualité des équipements, des prestations et du positionnement en centre ville du Centre des congrès, sans oublier l'attrait touristique de Reims dont l'image est liée au champagne et à un passé historique prestigieux.

Ces atouts nous permettent désormais d'être une destination très attractive et de plus en plus prisée par les organisateurs de grands événements.

Les mêmes excellentes performances ont aussi été enregistrées par notre filiale dont le chiffre d'affaires a presque doublé en 2010 pour atteindre le chiffre record de 950 000 € HT.

En cumulant l'activité du Centre des congrès avec celle de Reims Évènements Organisation, nous dépassons de 33 % le chiffre d'affaires de l'année 2008, jusqu'alors la meilleure année réalisée au Centre des congrès.

L'exercice 2010 dévoile les potentialités de notre destination sur le marché national et international du tourisme d'affaires et laisse entrevoir de très bonnes perspectives pour les années à venir.

En 2010 le Centre des congrès a accueilli 149 manifestations, contre 137 en 2009 (+7 %), représentant 245 journées d'occupation.

Ces manifestations ont regroupé 52 646 participants, représentant 81 600 journées congressistes. Elles ont généré 11 500 nuitées d'hôtel (+11,5 % / N-1); 36 800 repas (+ 26 % / N-1) et 47 000 cocktails et pauses (+11,5 % / N-1) ont été servis par les traiteurs.

## Présentation de l'activité en fonction de notre segmentation clientèle

**27 congrès**, dont 9 à caractère international, se sont tenus au Centre des congrès pour un chiffre d'affaires total de 2 016 612 € HT, ce qui représente 55 % de notre chiffre d'affaires total (48 % du CA de 2009) et une progression de 55 % par rapport à l'année précédente.

2010 se caractérise par un nombre croissant de congrès internationaux (1/3 des congrès accueillis). La plupart de ces manifestations se sont concrétisées grâce à une impulsion locale. Cela a été le cas

pour le Congrès GIREP-ICPE-MPTL 2010 (86 000 € HT), organisé par L'Université de Reims Champagne-Ardenne en août et où plus de 70 pays ont été représentés. L'attractivité touristique de la ville a également été vectrice de congrès internationaux, comme ce fut le cas pour le congrès Villaverde (113 057 € HT) que nous avons organisé en septembre. A noter que cette manifestation sera reconduite en septembre 2011.

Nous avons aussi organisé deux congrès nationaux de grande envergure. Le premier est le congrès CFE-CGC (238 994 € HT + 102 065 € HT de prestations touristiques pour Reims Évènements Organisation), représentant 1 435 nuitées sur la ville. Le second est le congrès CGT cheminots (194 517 € HT et 168 467 € HT de prestations touristiques) qui a généré 1 284 nuitées.

**6 conventions**, soit 2 de plus qu'en 2009, ont été accueillies pour un chiffre d'affaires de 470 213 € HT. Le chiffre d'affaires de ce segment a progressé de 22 % par rapport à 2009 et représente 13 % de notre budget total. Ce segment, particulièrement touché par la crise économique, semble enfin repartir après deux années difficiles. Le renforcement de notre politique d'offre globale de services, évoqué précédemment, nous a permis de mieux convaincre et de rassurer les organisateurs vis-à-vis de la problématique hôtelière de notre destination. L'absence d'hôtels de grande capacité reste le principal frein au développement de ce segment.

Les deux conventions les plus marquantes furent celle de Gdf-Suez (128 504 € HT + 99 300 € HT pour Reims Évènements Organisation). La seconde fut la convention Forclum réalisée au mois de juin, pour laquelle nous avons géré l'organisation d'une après-midi sportive et touristique pour plus de 300 personnes sur 5 types d'activités différentes, et généré ainsi un chiffre d'affaires de 75 805 € HT pour notre filiale.

**37 journées Amphithéâtre** ont été organisées en 2010 pour un chiffre d'affaires de 734 684 € HT, soit 20 % de notre budget total. Cette activité est en augmentation de 10 % par rapport à notre exercice précédent et émane principalement d'entreprises locales. Les deux plus importantes furent la 2<sup>e</sup> édition du Colloque Reims 2020 (74 422 € HT) et les 5<sup>e</sup> Assises Recherche & Entreprise en mars 2010 organisées par la Région Champagne-Ardenne (35 539 € HT).

**8 salons** ont choisi le Centre des congrès pour un chiffre d'affaires de 188 787 € HT, soit 5 % de notre budget total. Ce segment a progressé de 45 % par rapport à 2009. Cette croissance s'explique par l'organisation de 3 nouveaux salons. Le salon le plus marquant fut la 1<sup>ère</sup> Édition du salon Régional de l'immobilier organisé par le Groupe Hersant (28 349 € HT). Son succès a permis de le reconduire en avril 2011 avec une plus grande surface d'exposition et un plus grand nombre d'exposants.

**14 locations de salles** ont été enregistrées pour un chiffre d'affaires de 84 842 € HT, soit 2 % de notre budget total. Comme les années précédentes, nous ne cherchons pas à développer ce segment et nous nous contentons de répondre aux demandes ponctuelles de clients qui ne trouvent pas de places dans les hôtels rémois.

**21 Concerts et Spectacles**, soit 10 de plus qu'en 2009, représentent un chiffre d'affaires de 102 88 € HT et 3 % de notre budget total. La mise en place d'un tarif « clé en main » adapté aux

attentes des producteurs les a encouragé à y organiser plus de spectacles en 2010. Cette segmentation représente une faible part de notre activité mais nous permet d'offrir une alternative supplémentaire à la vie culturelle locale.

**1 restauration/cocktail** s'est tenu dans nos espaces représentant un chiffre d'affaires minime de 5 000 € HT.

**35 associations rémoises** ont réuni 5 430 adhérents pour un chiffre d'affaires de 44 506 € HT, soit 1 % de notre budget total.

## Parc des expositions

L'activité « réceptive » de l'exercice 2010 est conforme à nos attentes, en hausse de 4 % sur le chiffre d'affaires et de 5 % sur la marge brute prévisionnels. La légère baisse enregistrée en novembre fut largement compensée par la charge de travail du mois de décembre, due principalement à l'accueil de la convention Cohesis et au positionnement, désormais en fin d'année, de la seconde session des examens de médecine (mai/décembre au lieu de janvier/mai). Un changement de dates ayant eu pour conséquence l'organisation de trois séances d'examens en 2010.

La décision d'organiser dès janvier un nouveau salon professionnel de l'ameublement en vue de défendre la position de Reims sur ce marché comme celle de proposer la mise en place d'un salon sur le thème de l'entrepreneuriat, ont eues pour effet une augmentation logique du chiffre d'affaires réalisé avec en parallèle une croissance de la marge brute tous salons réunis (+ 12,4 %).

Le chiffre d'affaires global sur l'année s'établit à 2 824 557 € HT, soit une progression de 7,4 % par rapport à N-1, générant une marge brute de 33,78 % (954 223 € HT). Ceci, tous segments confondus et en y incluant les résultats dégagés sur les salons gérés en interne. Malgré l'absence de manifestations biennales en réceptif et les difficultés rencontrées, notamment sur la commercialisation des salons de l'ameublement en janvier et du B&TP en février, la marge brute reste stable à + 0,60 % par rapport à N-1.

Le Parc des expositions a accueilli 285 000 visiteurs à l'occasion de 62 manifestations réparties sur dix mois réels d'exploitation, dont 1 convention d'entreprise, 22 salons organisés par des tiers, 5 salons gérés en interne, 29 manifestations aux caractères divers dont le traditionnel Repas des Anciens et 5 concerts & spectacles, soit un total de 336 jours d'occupation du site.

L'année 2010 fut aussi marquée par le renouvellement de la DSP pour une durée de 7 ans ; une candidature qui a mobilisé les énergies à la fin du premier semestre, donnant lieu à l'élaboration d'un plan marketing sur 7 ans dont la mise en place sera effective à compter de janvier 2011.

## Activité Locative

Avec un chiffre d'affaires de 1 365 915 € HT, dégagant une marge brute de 45,21 % (617 514 € HT), l'activité « réceptive » de l'année correspond à l'objectif fixé dans le budget prévisionnel et permet de maintenir le taux de marge de l'année précédente.

Outre les trois rendez-vous dans l'année des examens de médecine, les événements marquant furent principalement sur le segment SALONS/EXPOSITIONS/FORUMS par l'accueil de trois nouveaux salons, mais avec des fortunes diverses quant au nombre d'exposants réunis et de visiteurs séduits. L'important étant désormais de tout mettre en œuvre pour pérenniser ces manifestations à Reims.

La charge de travail est relativement bien répartie par semestre, soit 58,44 % du chiffre d'affaires réalisé de janvier à juin et 41,56 % de juillet à décembre. Il en est tout autrement si l'on compare les trimestres puisque de janvier à mars nous réalisons 39,71 % du chiffre d'affaires de l'année et 38,74 % d'octobre à décembre. Sachant que de juillet à septembre l'activité représente seulement 2,82 % de l'activité annuelle.

22 salons ont été organisés par des tiers au Parc des Expositions de Reims, correspondant à un chiffre d'affaires de 615 594 € HT, soit 22 % de l'activité locative de l'année. Le nombre de salons accueillis les années paires est encore inférieur à celui des années impaires en raison de l'absence de manifestations biennales désormais bien installées sur la place de Reims. Néanmoins, nous avons réussi à implanter trois nouveaux salons dont un biennal en année paire, le Salon Baby, et deux autres d'une fréquence annuelle, à savoir le Salon des Véhicules d'Occasion et le salon du recrutement Moovijob.

Ce segment reste bien entendu notre cœur de cible avec des manifestations récurrentes qui se sont consolidées au fil des ans comme le salon Champenois du Véhicule de Collection, le salon ID Créatives, le salon des Comités d'Entreprise, le salon du Mariage, le salon Maison-Passion et le salon de l'Érotisme. Le Reims à Toutes Jambes comme le Forum Avenir Étudiant, qui comptent de nombreux stands d'exposition, font partie intégrante de ce segment.

L'univers des « Puces » et le rendez-vous annuel des Europuces souffrent considérablement de la diminution du nombre de marchands professionnels et de la concurrence des vides greniers ou autre brocantes ouvertes à la vente pour les particuliers.

29 manifestations diverses regroupant les locations de halls, de salles et d'esplanade totalisent un chiffre d'affaires de 472 599 € HT, soit 20 % de l'activité du Parc des expositions.

Parmi ces 29 événements, 22 ont fait l'objet d'une location de hall comprenant tout aussi bien des réunions et événements d'entreprises, des concours & examens et des soirées étudiantes, pour un chiffre d'affaires de 451 532 € HT. Ce segment correspondant à 18 % des produits locatifs, soit le double par rapport à N-1. Les principales manifestations furent les soirées cabaret destinées à la CGOS, le Championnat de France de Scrabble, le Rallye Monte-Carlo Historique, la Nuit des Campus et une activité en croissance en terme de concours & examens.

6 ont fait l'objet d'une location de l'esplanade pour un chiffre d'affaires stable par rapport à N-1 correspondant principalement aux actions de sensibilisation à la sécurité routière menées par l'Automobile Club de l'Ouest ainsi qu'une exposition animalière itinérante et le retour d'un cirque aux beaux jours.

Le segment locations esplanade réalise un chiffre d'affaires de seulement 21 067 € HT mais contribue de façon intéressante à notre marge brute en raison des faibles charges qui y sont liées.

Le spectacle du 14 juillet, Nuit Celtique, agrémenté de jeux lasers et le feu d'artifice qui suivit, fut un des moments forts des événements organisés sur l'esplanade du Parc des expositions.

Le Repas des Anciens de la Ville de Reims, accueille chaque année près de 2 500 personnes âgées à l'occasion d'un déjeuner/concert générant un chiffre d'affaires de 77 725 € HT, repas compris. Idéalement positionnée sur le mois de janvier, cette opération contribue de manière significative à l'activité de ce mois.

Le segment des conventions d'entreprises reste un segment difficile et comme l'an dernier c'est seulement au mois de décembre que nous avons pu réaliser l'assemblée générale de la coopérative Cohesis qui a réuni plus de 1 220 adhérents, collaborateurs et partenaires.

Cette manifestation a généré un chiffre d'affaires de 92 886 € HT, contribuant à hauteur de 3 % à notre activité locative.

5 concerts & spectacles, comme l'an dernier, ont attiré plus de 18 000 spectateurs au Parc des expositions pour venir applaudir le spectacle rétro Age Tendre et Tête de Bois et le Cirque de Pékin, ou encore le grand retour de Jacques Dutronc et le spectacle sur glace du Cirque de Moscou. Ce segment contribue au chiffre d'affaires annuel de l'activité à hauteur de 65 795 € HT, soit 2 %.

Conscients que ce segment reste néanmoins important pour l'animation de la Ville de Reims, nous souhaitons améliorer l'offre technique proposée aux tourneurs comme la qualité de l'accueil des artistes afin de capitaliser sur le fait que Reims demeure aux yeux des professionnels un gage de meilleures recettes que dans les villes voisines.

## Manifestations organisées par RSE

Face au manque d'audace de nombreux organisateurs de salons, hésitant à inscrire la destination Reims dans leur programmation annuelle, il nous faut clairement y pallier en menant une réflexion stratégique quant à l'organisation en propre de nouveaux événements et à l'accompagnement d'opérateurs locaux susceptibles de porter commercialement tel ou tel salon tout en sécurisant la prise de risques lors des premières éditions.

Le plan marketing établi courant juin dans le cadre de la nouvelle DSP prend en compte cette problématique en donnant une perspective d'action sur les sept prochaines années.

Sans attendre, l'exercice 2010 a vu la création de deux nouveaux salons gérés en interne, à savoir un nouveau salon de l'ameublement en vue de défendre nos intérêts mis à mal par les organisateurs de Meuble Paris et du salon Entreprendre, organisé au Centre des congrès pour le compte de la Ville de Reims et de la CCI de Reims et d'Épernay, à charge pour Reims Événements d'en développer l'offre commerciale.

Le chiffre d'affaires réalisé sur les 5 salons organisés en propre par Reims Événements s'établit à 1 458 642 € HT, dégageant une marge brute de 23,08 % (336 709 € HT).

Malgré les difficultés rencontrées dans la commercialisation du salon de l'ameublement en janvier et de Sabine le mois suivant, nous avons pu limiter la baisse de la marge brute à seulement 1,6 %.

### Salon de Janvier / Meuble & déco Reims

Type :	Salon professionnel	
Date de création :	2010	
Organisateur :	RSE en partenariat avec l'Amicale Nord des Représentants en Ameublement	
Date :	Du 24 au 27 janvier 2010 - Annuel	
Thème :	Ameublement et objets décoratifs	
<b>Réalisé 2010</b>	<b>1<sup>ère</sup> édition</b>	
Nb exposants :	42	Surfaces affectées : 3 211 m <sup>2</sup>
Fréquentation :	1 787	Marge brute : 33 181 €

Dans le paysage français des salons professionnels dédiés à l'univers de l'ameublement, l'année 2010 fut celle de la transition et de tous les dangers. Le rendez-vous parisien, à vocation internationale, en décalant d'autorité sa date de janvier à septembre nous a contraints à nous

positionner en début d'année tout en conservant le traditionnel Salon du Meuble de Reims en septembre. Par ricochet, deux nouveaux salons se sont créés en province : le premier à Nantes et le second à Avignon entre janvier et février.

Le Salon de Janvier / Meuble & déco Reims a de fait essuyé les plâtres tout en étant handicapé par la tenue récente du précédent salon en septembre 2009. Une difficulté renforcée par des pressions commerciales très agressives exercées par nos concurrents auprès des fabricants ayant eu pour effet l'absence de participation pure et simple de ces derniers au moindre salon, jusqu'à l'annulation de certaines inscriptions à moins d'un mois de l'ouverture.

Bien que le résultat soit loin de nos prévisions, le premier objectif qui était de conserver à Reims toutes les potentialités d'action en attendant de voir comment le marché se comportait a été atteint. Seulement 42 exposants ont fait le choix judicieux de participer à ce salon se répartissant près de 3 millions d'euros de commandes, augmentant de façon significative le panier moyen par acheteur. Nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 270 686 € HT, dégagant un résultat brut de 12,2 % (33 181 € HT).

### Sabine

<i>Type :</i>	Salon professionnel	
<i>Date de création :</i>	2009	
<i>Organisateur :</i>	RSE	
<i>Date :</i>	Du 3 au 5 février 2010 – Annuel	
<i>Thème :</i>	Innovation & Développement Durable dans la Construction	
<b>Réalisé 2010</b>	<b>2<sup>e</sup> édition</b>	
<i>Nb exposants :</i>	124	<i>Surfaces affectées :</i> 1 517 m <sup>2</sup>
<i>Fréquentation :</i>	4 568	<i>Marge brute :</i> 12 422 €

Le choix délibéré du comité de pilotage du salon Sabine, celui d'installer durablement ce salon dans le paysage hexagonal des manifestations dédiées à l'univers du B&TP, a eu pour conséquence immédiate de relancer dès le mois de mars 2010 la seconde édition d'un événement pour lequel nous nourrissons de grands espoirs.

Bien que moins prégnante en région Champagne-Ardenne à cette période, la crise ressentie par les industriels du secteur ne nous a pas permis de progresser aussi vite que la première édition le laissait entrevoir. Malgré une progression du chiffre d'affaires de 8,9 % par rapport à N-1 (365 658 € HT), la baisse des recettes liées aux partenariats, conjugué au non renouvellement de la subvention d'équilibre du Fonds européen de développement régional (FEDER), ont eu pour effet de dégager un résultat brut de 3,4 %, en deçà de nos prévisions.

A l'occasion de cette seconde édition la Fédération Régionale des Travaux Publics s'est jointe aux trois autres représentations régionales des organismes professionnels, FFB, CAPEB et Ordre des Architectes, constituant ainsi un noyau dur couvrant l'ensemble de l'univers du B&TP.

Convaincus des enjeux économiques que représentent un secteur comme celui du B&TP sur le territoire, le Conseil Régional de Champagne-Ardenne et la communauté d'agglomération Reims Métropole apportent leur concours à la réussite du salon.



Parmi les partenaires « Entreprise » ayant accompagné le lancement du salon en 2009, le groupe PLURIAL a reconduit sa participation en associant son image au concours d'architecture Sabine « Sweet Eco-Home », proposant aux étudiants des écoles d'architecture européennes d'exprimer leur vision de la maison basse consommation de 2020 tout en s'engageant à construire à Reims le projet primé. Ce concours bénéficie également de l'expertise et de la caution professionnelle du Conseil Régional de l'Ordre des Architectes.

EDF Collectivités accompagne Reims Évènements dans l'élaboration du bilan carbone du salon consistant à prendre un certain nombre d'initiatives en vue de réduire son empreinte carbone avant de compenser la consommation en GES par l'achat de crédits carbone certifiés par l'ONU. Un nouveau partenaire, la Banque Populaire Lorraine Champagne, qui chaque jour accompagne les entreprises du bâtiment et les artisans dans leur développement, a souhaité participer à l'essor d'un salon ayant pour crédo l'innovation et la construction durable.

L'organisation des trophées Sabine a reçu le soutien de la Direction Régionale de la Caisse des Dépôts et Consignations, nous permettant d'en développer la notoriété tout en valorisant mieux l'ensemble des entreprises lauréates.

Le pôle de compétitivité à vocation mondiale IAR, l'ARCAD et l'agence CARINNA participent à l'organisation des trophées et de l'atelier franco-belge de la construction durable qui s'inscrit dans le cadre des rendez-vous transfrontaliers programmés entre la Champagne-Ardenne, la Wallonie et le Luxembourg.

Véritable atout régional, le pôle IAR apporte, outre son expertise en sein de différentes conférences, la possibilité de présenter aux professionnels les agro-matériaux du futur utilisés sur les chantiers de demain. Un cycle de conférences était proposé aux 4 124 visiteurs sur des sujets variés comme la problématique des éco-quartiers, les agro matériaux & innovation, la construction d'habitat passif, la réhabilitation des bâtiments anciens et du patrimoine bâti, ainsi que les opportunités de crédits offertes par la nouvelle loi de finances.

Parce que Sabine rime avec interactivité, le succès des ateliers de démonstration animés par les élèves des filières d'enseignement et de formation contribue à marquer la différence d'un salon vraiment pas comme les autres.

Comme lors de la première édition, les partenariats avec le groupe Moniteur et le titre de presse économique local Matot-Braine ont été renouvelés et intensifiés l'un dans le cadre de l'animation du cycle de conférences et l'autre dans la promotion d'une nouveauté, la « Sabine Welcome » moment convivial de milieu de salon et propice aux affaires.

#### Tendance Nature

Type :	Salon grand public		
Date de création :	1997		
Organisateur :	RSE		
Date :	Du 19 au 21 mars 2010 – Annuel		
Thème :	Écotourisme, Jardin, Environnement.		
<b>Réalisé 2010</b>	<b>13<sup>e</sup> édition</b>		
Nb exposants :	204	Surfaces affectées :	3 279 m <sup>2</sup>
Fréquentation :	16 536	Marge brute :	23 328 €

Le succès rencontré par cette 13<sup>e</sup> édition tant sur le plan commercial que sur le plan de la fréquentation ne fait que renforcer les choix stratégiques opérés en 2009 consistant à baisser le prix d'entrée, réviser les tarifs de commercialisation et diffuser très largement des invitations gratuites. C'est un succès en terme de fréquentation puisque nous progressons en nombre de visiteurs sans bénéficier de l'appui du salon Destination Marne comme l'année précédente. C'est aussi un succès en ce qui concerne le résultat brut puisque nous progressons de 86 % par rapport à nos prévisions et obtenons une marge brute, plus de cinq fois supérieure à celle réalisée lors de la 12<sup>e</sup> édition.

Tendance Nature est aujourd'hui le premier salon régional, de par son ampleur, à développer une offre dans les domaines du tourisme & des loisirs, de l'environnement et du jardin. Ce sont 204 exposants qui ont participé à ce salon générant un chiffre d'affaires de 127 265 € HT et dégageant une marge brute de 18,3 %, plaçant désormais cette manifestation grand public dans une spirale vertueuse.

Comme chaque année une destination était mise à l'honneur et notre choix s'est porté sur la Somme et ses nombreux atouts aussi bien touristiques qu'artisanaux. Les partenariats avec le tissu associatif local dans les domaines de l'environnement comme du commerce équitable furent amplifiés, renforçant le cachet particulier d'une manifestation qui correspond aujourd'hui à l'air du temps et aux attentes d'un public de plus en plus sensible à la qualité de vie et de son environnement.

55 % des visiteurs ont entre 30 et 60 ans et 30 % plus de 60 ans. L'ensemble des visiteurs s'intéresse de façon homogène aux trois univers d'exposition proposés. 70 % des visiteurs y passe moins de 2h alors les 30 % restant y consacrent quasiment une demi-journée. Le salon Tendance Nature a su, au fil des ans, fidéliser sa clientèle puisque plus de 83 % des personnes interrogées annoncent leur intention de revenir l'année suivante.

#### Salon du Meuble de Reims

<i>Type :</i>	Salon professionnel		
<i>Date de création :</i>	1994		
<i>Organisateur :</i>	RSE en partenariat avec l'Amicale Nord des Représentants en Ameublement		
<i>Date :</i>	Du 19 au 21 septembre 2010 - Annuel		
<i>Thème :</i>	Ameublement et objets décoratifs		
<b>Réalisé 2010</b>	<b>17<sup>e</sup> édition</b>		
<i>Nb exposants :</i>	78	<i>Surfaces affectées :</i>	5 203 m <sup>2</sup>
<i>Fréquentation :</i>	2 280	<i>Marge brute :</i>	140 618 €

Encore dans l'inconnu face aux effets du changement de dates du salon Meuble Paris, nous avons pu défendre nos positions en septembre 2010 en accueillant 78 fabricants répartis sur deux halls et demi générant un chiffre d'affaires de 410 100 € HT et dégageant un résultat brut de 34,2 % (140 618 € HT). En cumulant les deux salons de l'ameublement organisés en 2010 nous arrivons au

même résultat financier que les années précédentes en une seule édition. Cela démontre bien que la zone de chalandise qui correspond à la situation géographique de Reims ne peut absorber à terme deux éditions par an, au risque de voir chacune de ces deux manifestations s'étioler rapidement.

L'édition de septembre 2010, même si elle nous permet de maintenir le niveau d'affaires habituel sur ce marché peut également avoir des conséquences sur la réussite commerciale du Salon de janvier 2011 en raison de la proximité calendaire des deux éditions.

Il se trouve que le salon Meuble Paris du mois de septembre fut en partie boycotté par un certain nombre de fabricants conduisant les organisateurs à un constat d'échec et compromettant de nouveau la réussite des salons professionnels de l'ameublement dans l'hexagone par un nouveau changement de stratégie.

### Salon Entreprendre

<i>Type :</i>	Salon grand public		
<i>Date de création :</i>	2010		
<i>Organisateur :</i>	RSE pour la Ville de Reims et la CCIRE		
<i>Période :</i>	Du 28 au 29 octobre 2010 - Annuel		
<i>Thème :</i>	Entrepreneuriat		
<b>1<sup>ère</sup> édition</b>			
<b>Réalisé 2010</b>			
<i>Nb exposants :</i>	82	<i>Surface affectées :</i>	851 m <sup>2</sup>
<i>Fréquentation :</i>	1 143	<i>Marge brute :</i>	30 649 €

Sur proposition de Reims Événements, la Ville de Reims, la CCI de Reims et d'Épernay et la CRESCA avec l'aide de la Région Champagne-Ardenne, ont souhaité redynamiser l'offre « entrepreneuriale » sur le territoire en transformant le forum existant sur la création d'entreprise CREAREIMS en un rendez-vous plus large ouvert à l'économie sociale et solidaire ainsi qu'aux partenaires privés.

La décision fut prise courant mai 2010 d'organiser au Centre des congrès la 1<sup>ère</sup> édition du Salon Entreprendre en s'appuyant sur le dispositif régional Génération Entreprendre.

81 exposants se sont répartis au sein de 3 villages :

- le Village Réseaux d'accompagnement, rassemblant 41 exposants dont les membres du réseau CREAREIMS : des ordres (notaires, avocats, ...), des associations à destination des « créatrices », des directions régionales (finances publiques, douanes, ...), des fédérations des auto-entrepreneurs, de la franchise, des centres de formation, ...
- le Village Économie Sociale et Solidaire, mêlant 28 entités et proposant un véritable gisement d'opportunités de création d'activités pour entreprendre autrement. Piloté par la CRESCA, ce village s'inscrit dans le mois de l'Économie Sociale en Champagne-Ardenne.
- le Village Business, réunissant 13 exposants présentant différents services pour le développement et la croissance de la jeune entreprise.

Des ateliers thématiques et des conférences animés par des experts ont rythmé le salon au sein duquel le prix CREAREIMS Junior 2010, ouvert aux étudiants, et récompensant trois futures « jeunes pousses » régionales fut décerné.

Programmé sur deux jours mais pendant la période des vacances scolaires et à la veille du week-end de la Toussaint, le taux de fréquentation, s'il est honorable avec 1 143 participants dont 816 visiteurs, n'a pas correspondu aux attentes.

Le format du salon devrait revenir en novembre 2011 à une seule journée organisée en deux temps comprenant d'une part le salon et d'autre part un évènement valorisant les initiatives entrepreneuriales.

### Salon des Vins des Vignerons Indépendants

<i>Type :</i>	Salon grand public		
<i>Date de création :</i>	1993		
<i>Organisateur :</i>	RSE et les V.I.F.		
<i>Période :</i>	Du 12 au 15 novembre 2010 - Annuel		
<i>Thème :</i>	Salon du vin & gastronomie où le vigneron est en contact direct avec le client		
<b>18<sup>e</sup> édition</b>			
<b>Réalisé 2010</b>			
<i>Nb exposants :</i>	339	<i>Surface affectées :</i>	2 562 m <sup>2</sup>
<i>Fréquentation :</i>	35 309	<i>Marge brute :</i>	96 511 €

La 18<sup>e</sup> édition du Salon des Vins, co-organisé avec les Vignerons Indépendants de France, a une nouvelle fois battu tous les records de fréquentation avec 35 309 participants, dont 32 988 visiteurs comprenant 554 entrées payantes. Nous avons accueilli 339 exposants, dont 290 vignerons, et réalisé un chiffre d'affaires de 193 495 € HT, dégageant un résultat brut de 49,8 % (96 511 € HT).

Ce salon est le rendez-vous incontournable avant les fêtes de fin d'année.

Nous y poursuivons un travail pédagogique en initiant à une dégustation responsable qui sert d'épreuve de sélection pour le concours du « cracheur d'or », dont la finale est programmée le dimanche en fin d'après-midi. Des têtes d'ilot ferment les stands des vignerons par des messages sur la prévention à la consommation d'alcool. Une démarche renforcée par la présence d'éthylotests en sortie de salon.

Depuis plusieurs années les élèves des lycées Oehmichen, Joliot Curie et St Michel sont associés à la réussite du salon en assurant des prestations faisant partie intégrante de leur formation : l'initiation à la dégustation, la gestion de l'accueil et l'enquête de satisfaction visiteurs.