

Bienvenue à la présentation du

**Salon des Maires
et
des Collectivités Locales 2007**

CNOSF 27 mars 2007

Qui sommes nous ?

GROUPE MONITEUR

- Leader de l'information et des services pour les professionnels de l'univers "Construction - Environnement - Collectivités locales".
- Fondé en 1903
- Des agences dans toute la France : Paris, Lille, Strasbourg, Lyon, Marseille, Bordeaux et Nantes.
- 900 salariés
- Plus de 150 journalistes / 20 publications

Collectivités Locales

- × La Gazette des Communes
- × La Gazette Santé-Social
- × Le Courrier des Maires
- × La Lettre Informatique
- × Paysages Actualités
- × La Lettre du Cadre Territorial
- × Techni.cités

Construction

- × Le Moniteur des TP
- × AMC
- × L'Entrepreneur
- × Négoce
- × Les Cahiers Techniques du Bâtiment
- × Matériels et Chantiers
- × Le Journal du Chauffage et du Sanitaire
- × La Centrale du Matériel

Pôle Salons & Congrès

- × Le Salon des Maires et des Collectivités Locales
- × Le Salon du Développement Local
- × Le Salon de l'Emploi Public
- × Couleurs & Finitions
- × Parkopolis
- × SIMI
- × Constructeo

Pourquoi participer à un salon ?

→ Participer à un salon, c'est vous donner le maximum de chances, en un minimum de temps pour :

- × **Constituer**, développer votre portefeuille commercial
- × **Renforcer** vos relations avec vos clients
- × **Présenter** vos produits et/ou services
- × **Recueillir** « à chaud » les impressions des visiteurs sur vos produits ou services
- × **Concrétiser** des affaires
- × **Découvrir**, connaître vos concurrents

→ En terme d'efficacité, **le Salon est le 1^{er} outil commercial** (presse, publicité, radio, marketing direct, Internet)

Programme

- Constats 2006 & enjeux 2007 du marché des Collectivités Locales
- Bilan du Salon des Maires et des Collectivités Locales 2006 et perspectives 2007

Investissements des Collectivités locales et Tendances marchés

- **En 2006**, les dépenses d'investissement ont été tirées vers le haut par :
- × La construction de nombreux logements qui nécessitent la mise en place de nouvelles structures en matière de voirie et de réseaux divers, de transports...
 - × L'influence du cycle électoral qui incite, à l'approche des échéances, à finaliser les projets définis en début de mandat.

Investissements des Collectivités locales et Tendances marchés

→ Perspectives de l'investissement public local :

Forte croissance 2007 (+ 5,0 %)

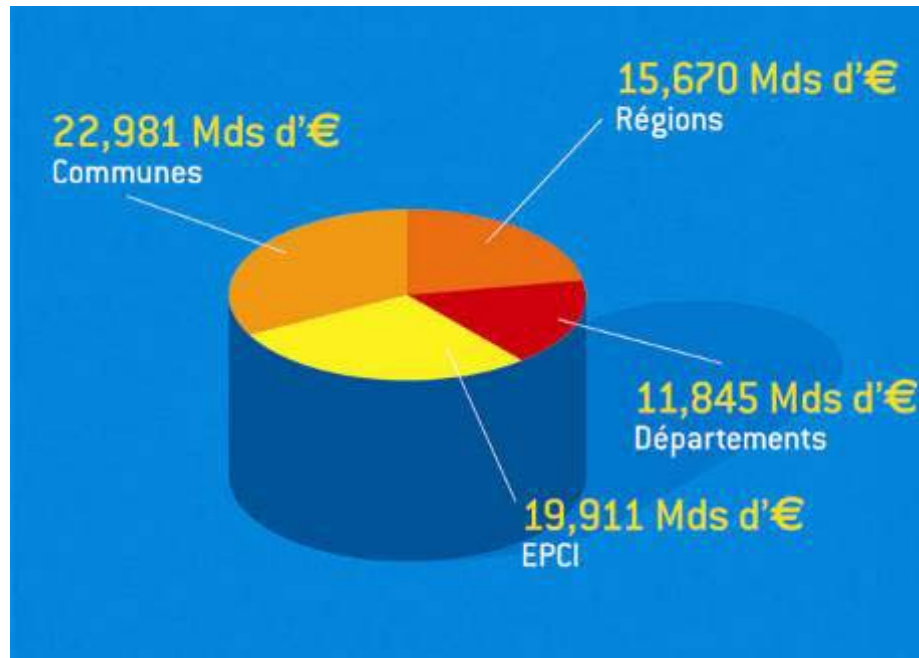
- × A moyen terme, les besoins en matière
 - d'**infrastructures routières**,
 - de **protection environnementale**,
 - d'**aménagement urbain**,
 - de **logement**,
 - de **transports**,
 - et plus généralement les besoins induits par la **décentralisation** devraient rester soutenus.

- × Les investissements des collectivités locales devraient **croître de 5% en 2007** d'autant que, pour les communes et les départements, le cycle électoral y est favorable.

- × Toutefois, le **cycle électoral régional** est décalé par rapport au cycle communal. En milieu de mandat régional les investissements sont généralement plus élevés.

Le Marché des Collectivités Locales, en 2006

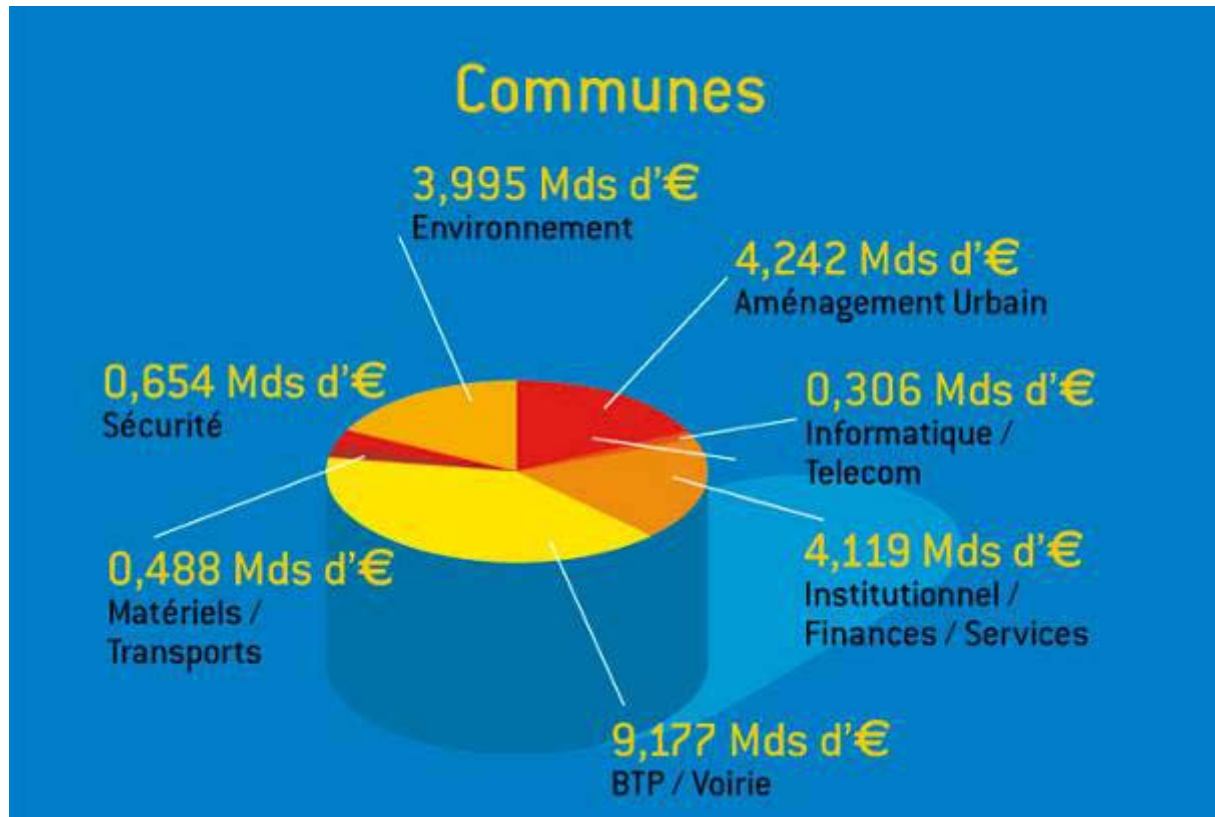
→ Par structure *



*Ces chiffres sont issus de la base TEREKO qui collecte et publie chaque année les prévisions chiffrées issues des budgets primitifs et des états fiscaux 2006 des collectivités territoriales suivantes : 950 communes de plus de 10 000 habitants, 450 EPCI dont ces communes font partie, 100 départements, 26 régions. Ces chiffres correspondent aux investissements et dépenses d'achats de biens et de services de ces collectivités hors subventions dans les secteurs de la culture ou des contrats de délégation de services dans les domaines du traitement et la récupération des déchets.

Le Marché des Collectivités Locales, en 2006

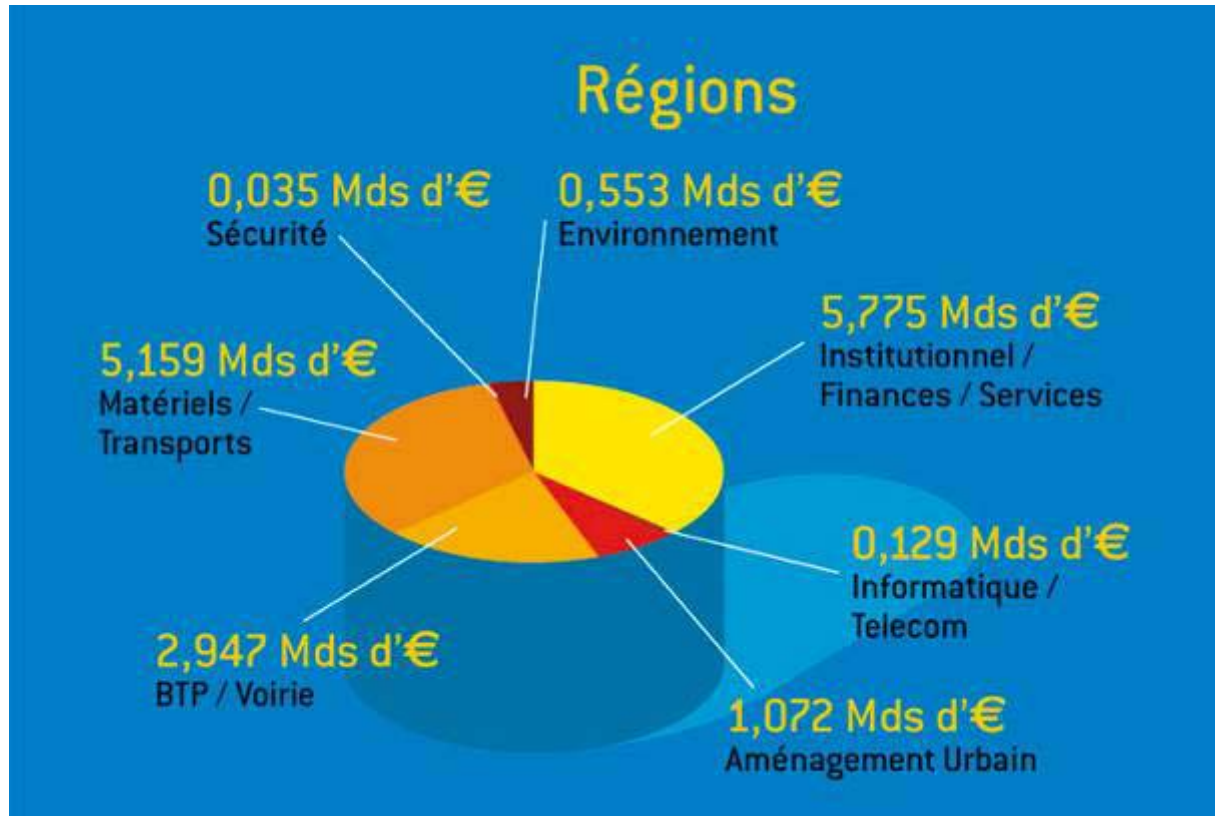
→ Par structure *



*Ces chiffres sont issus de la base TEREKO qui collecte et publie chaque année les prévisions chiffrées issues des budgets primitifs et des états fiscaux 2006 des collectivités territoriales suivantes : 950 communes de plus de 10 000 habitants, 450 EPCI dont ces communes font partie, 100 départements, 26 régions. Ces chiffres correspondent aux investissements et dépenses d'achats de biens et de services de ces collectivités hors subventions dans les secteurs de la culture ou des contrats de délégation de services dans les domaines du traitement et la récupération des déchets.

Le Marché des Collectivités Locales, en 2006

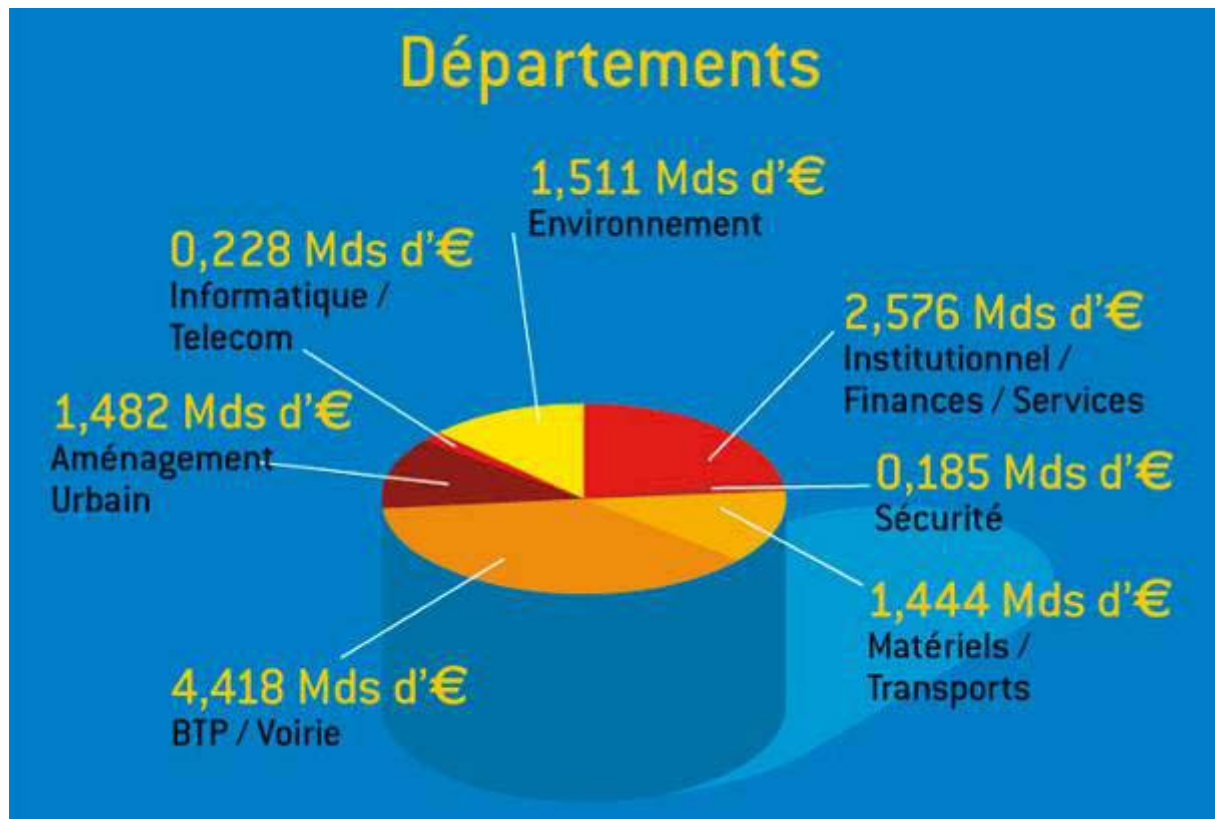
→ Par structure *



*Ces chiffres sont issus de la base TEREKO qui collecte et publie chaque année les prévisions chiffrées issues des budgets primitifs et des états fiscaux 2006 des collectivités territoriales suivantes : 950 communes de plus de 10 000 habitants, 450 EPCI dont ces communes font partie, 100 départements, 26 régions. Ces chiffres correspondent aux investissements et dépenses d'achats de biens et de services de ces collectivités hors subventions dans les secteurs de la culture ou des contrats de délégation de services dans les domaines du traitement et la récupération des déchets.

Le Marché des Collectivités Locales, en 2006

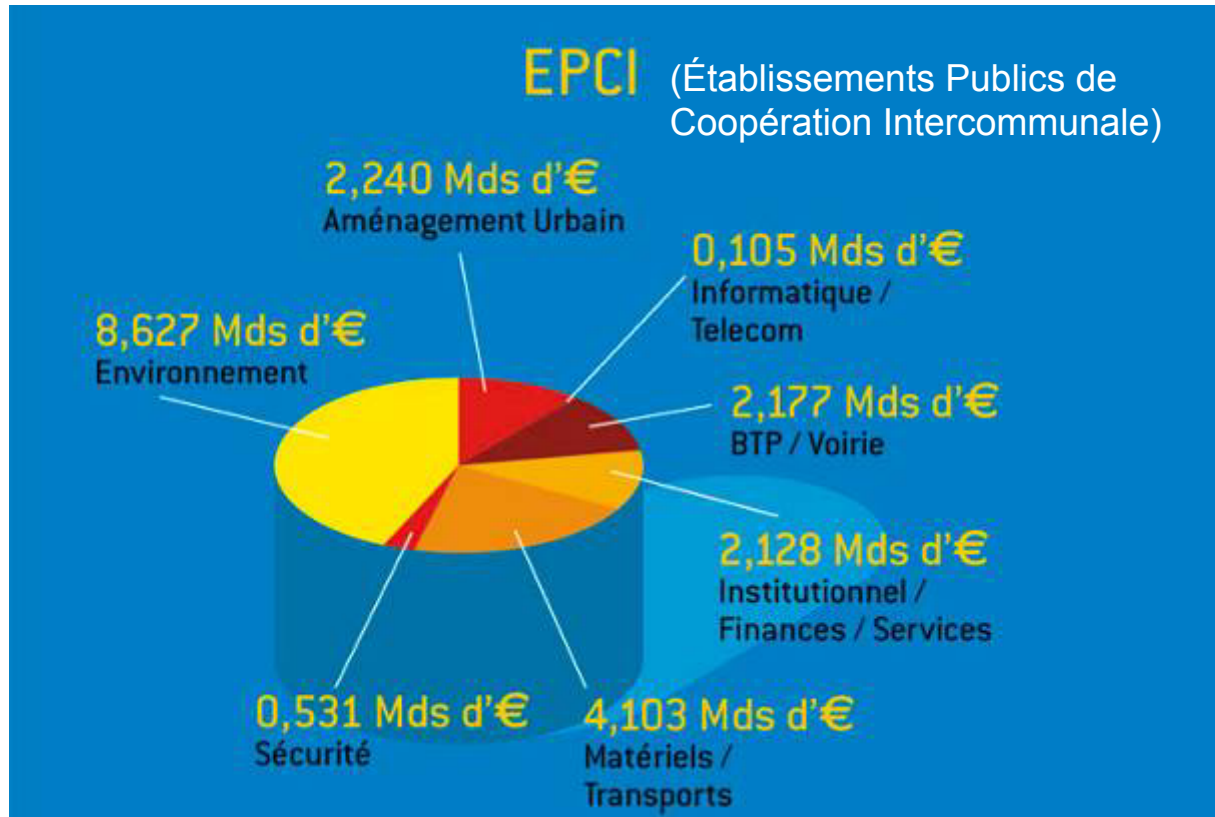
→ Par structure *



*Ces chiffres sont issus de la base TEREKO qui collecte et publie chaque année les prévisions chiffrées issues des budgets primitifs et des états fiscaux 2006 des collectivités territoriales suivantes : 950 communes de plus de 10 000 habitants, 450 EPCI dont ces communes font partie, 100 départements, 26 régions. Ces chiffres correspondent aux investissements et dépenses d'achats de biens et de services de ces collectivités hors subventions dans les secteurs de la culture ou des contrats de délégation de services dans les domaines du traitement et la récupération des déchets.

Le Marché des Collectivités Locales, en 2006

→ Par structure *



*Ces chiffres sont issus de la base TEREKO qui collecte et publie chaque année les prévisions chiffrées issues des budgets primitifs et des états fiscaux 2006 des collectivités territoriales suivantes : 950 communes de plus de 10 000 habitants, 450 EPCI dont ces communes font partie, 100 départements, 26 régions. Ces chiffres correspondent aux investissements et dépenses d'achats de biens et de services de ces collectivités hors subventions dans les secteurs de la culture ou des contrats de délégation de services dans les domaines du traitement et la récupération des déchets.

Les investissements et dépenses des Collectivités par secteur d'activité * en 2006

18,7 Mds d'€ Bâtiments / Travaux Publics / Voirie

Funéraire / Hygiène / Entretien des routes et réseau urbain - VRD /
Rénovation et entretien des bâtiments

14,7 Mds d'€ Environnement / Energie

Air - Eau / Récupération et Traitement des déchets / Matériels et équipements de nettoyage / Energie Propre

14,6 Mds d'€ Institutionnel / Finances / Services

Etablissements Financiers / Immobilier / Enfance - Education / Culture - Tourisme - Loisirs / Edition - Presse /
Social - Santé / Restauration Collective

11,2 Mds d'€ Matériels / Transport

Transports publics / Véhicules / Equipementier

9 Mds d'€ Aménagement de la ville

Equipements Techniques - Scéniques - Sportifs / Pavage - Dallage / Espaces Verts / Eclairage

1,4 Mds d'€ Prévention / Sécurité

Contrôle d'accès / Alarmes / Vidéo surveillance / Equipements professionnels / Gardiennage

0,8 Mds d'€ Informatique / Télécommunication

e-administration / SIG - Cartographie / Logiciels / Bureautique / Réseaux

*Ces chiffres sont issus de la base TEREKO qui collecte et publie chaque année les prévisions chiffrées issues des budgets primitifs et des états fiscaux 2006 des collectivités territoriales suivantes : 950 communes de plus de 10 000 habitants, 450 EPCI dont ces communes font partie, 100 départements, 26 régions. Ces chiffres correspondent aux investissements et dépenses d'achats de biens et de services de ces collectivités hors subventions dans les secteurs de la culture ou des contrats de délégation de services dans les domaines du traitement et la récupération des déchets.

SMCL 2006 / Résultats enquête visiteurs

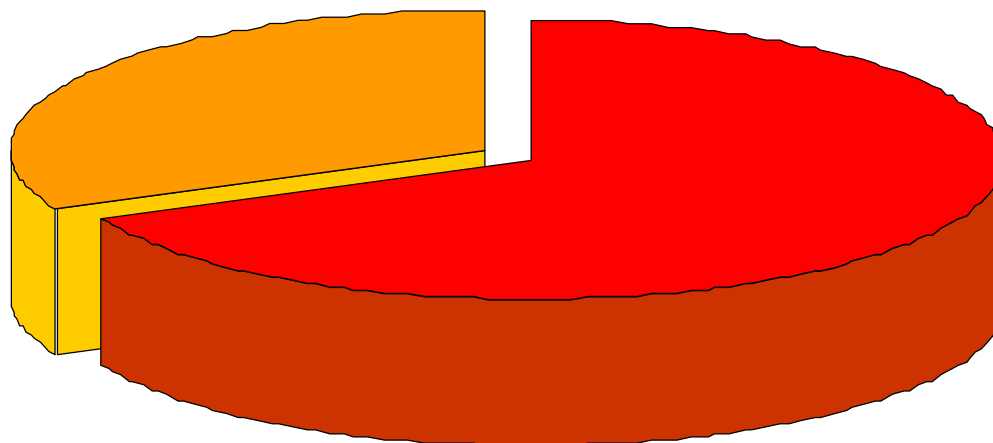
→ **48 410 visiteurs**

+ 9,6 % par rapport à 2005

→ **Répartition par secteur**

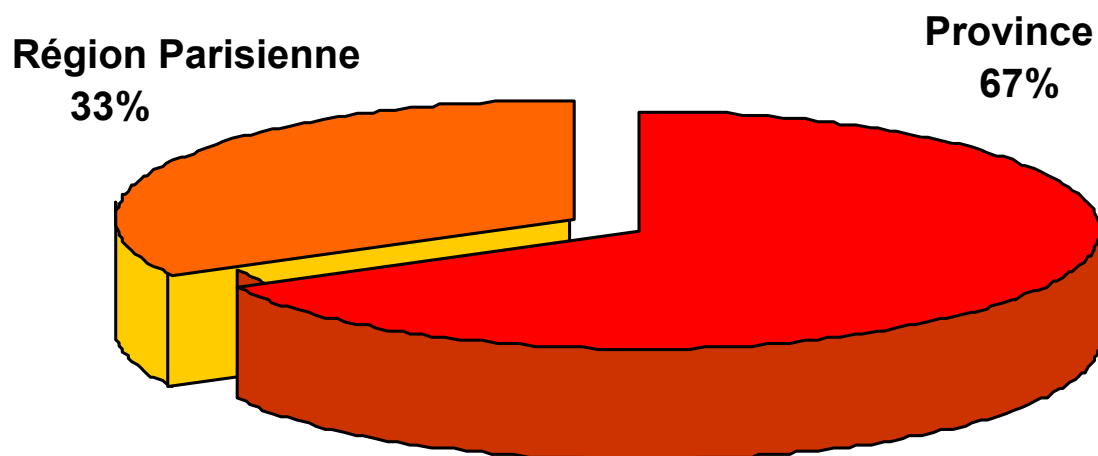
Secteur Privé
15 491 visiteurs

Secteur Public
32 919 visiteurs



SMCL 2006 / Résultats enquête visiteurs

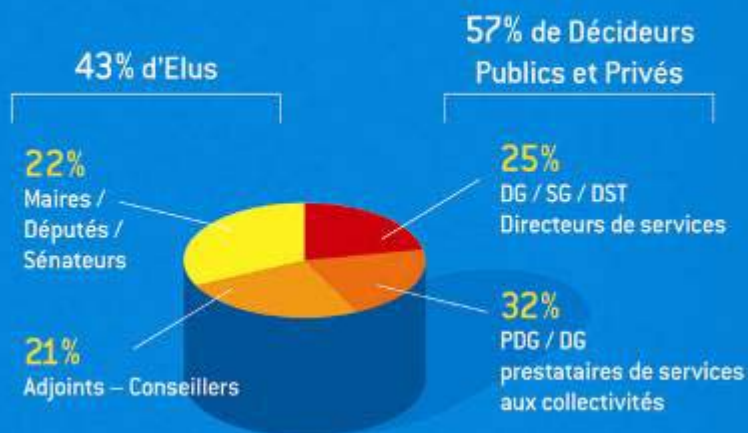
→ Provenance géographique des visiteurs



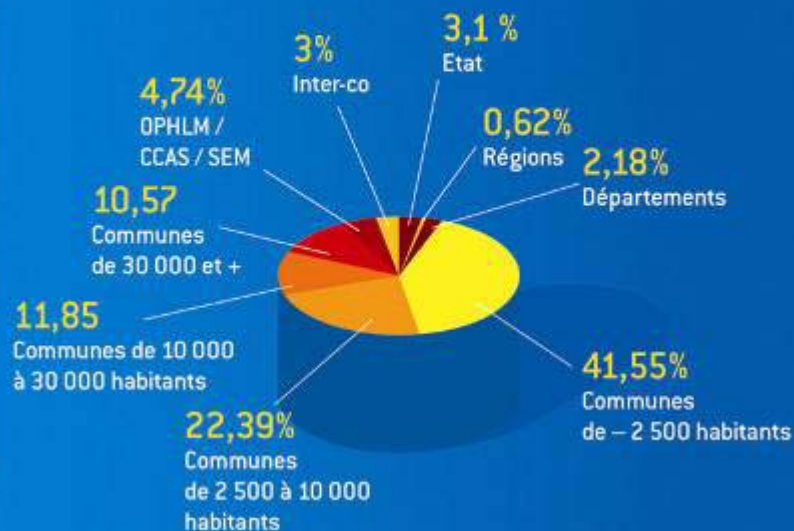
→ 48 410 visiteurs en 2006

68% sont issus du secteur public
20 820 Elus & 27 590 Décideurs

Répartition par fonction



Répartition par collectivités



SMCL 2006 / Résultats enquête visiteurs

→ Fidélité

- × 35 % de nouveaux visiteurs
- × 32 % d'occasionnels
- × 33 % de réguliers

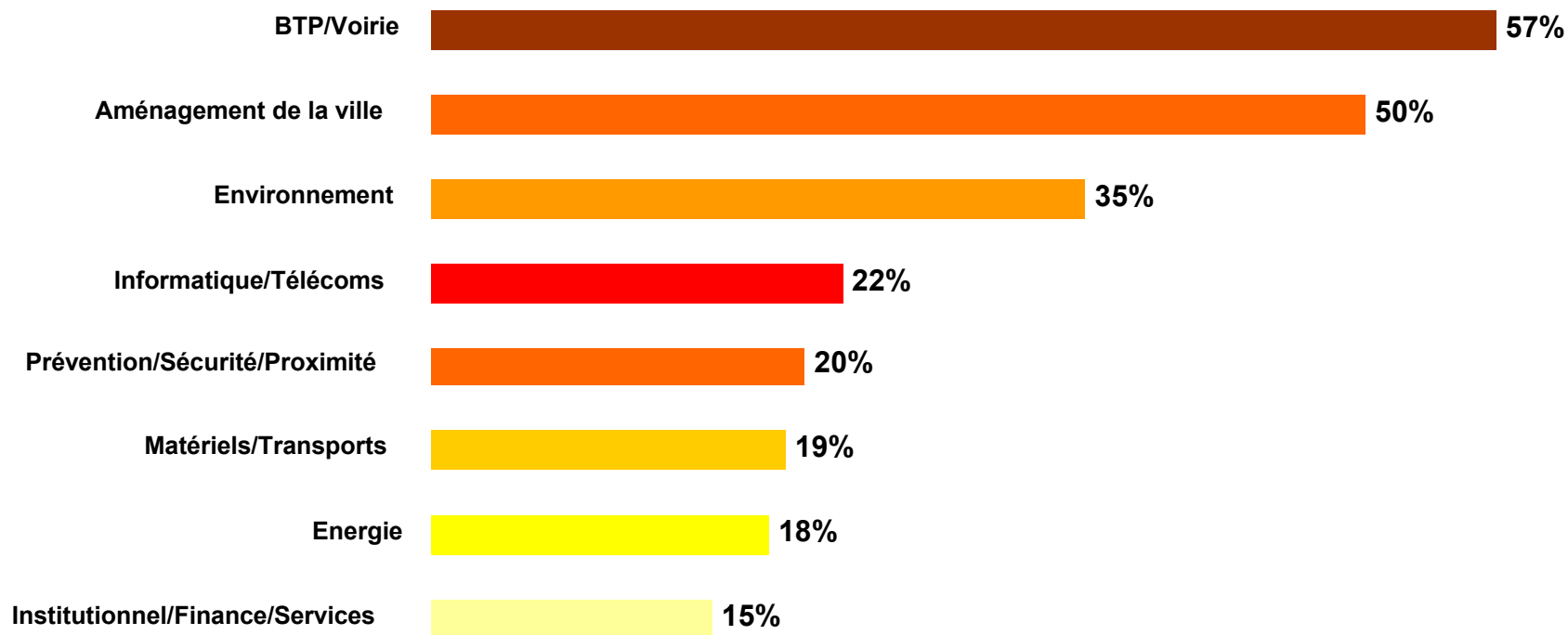


→ Satisfaction

- × Fort taux de satisfaction (98 %) avec 34 % de tout-à-fait satisfaits
- × Une perception positive de l'évolution du salon
- × Des intentions de visite positives pour 2007

SMCL 2006 / Résultats enquête visiteurs

→ **Un visitorat de décideurs** avec des projets liés principalement



→ **Durée**

× Plus de 70 % des visiteurs passent une journée entière ou plus sur le salon.

SMCL 2006 / Prix de l'Innovation

- 66 dossiers reçus
 - × 15 nominés
 - × 4 lauréats
 - × 1 mention spéciale du Jury



- Une Présidente du Jury en la personne de **Madame Jacqueline Gourault**, Première Vice-présidente de l'Association des Maires de France.

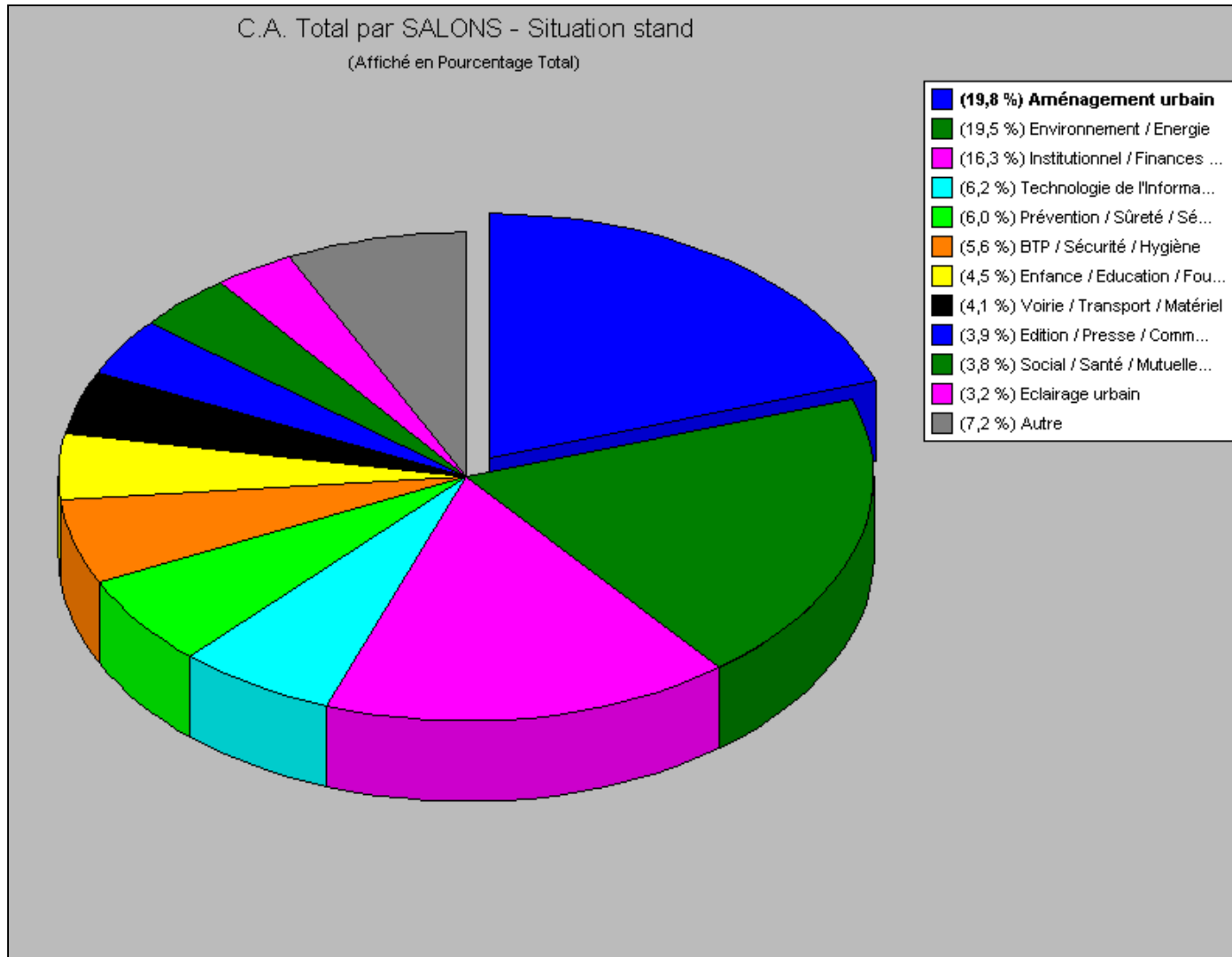


- Une grande couverture médiatique aux journaux télévisés de 13h et 20h essentiellement sur les produits des exposants.

SMCL 2006 / Couverture Médiatique

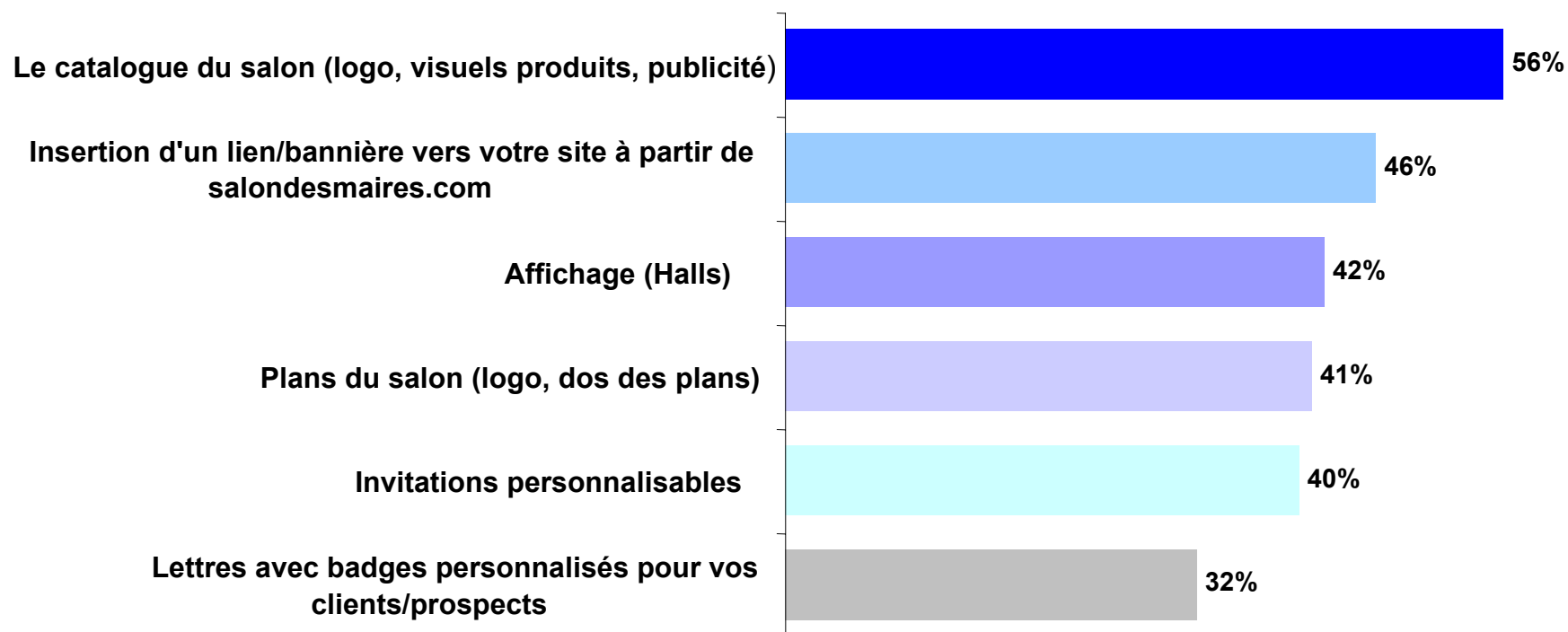
- Une **conférence de presse** Salon des Maires et des Collectivités Locales Congrès des Maires.
- Une **campagne de relations presse** avec plus de 2 500 contacts ciblés (Presse nationale, Presse régionale, Radios, Télévision, Presse professionnelle, Presse Internet...).
- Une **salle de presse**, espace de travail réservé avec près de 400 dossiers de presse exposants à disposition des journalistes.
- **532 journalistes accrédités** sur les trois jours, en salle de presse.
- **Plus de 300 parutions presse** depuis juillet 2006.
- Une **forte présence télévisuelle** :
 - × Journal de 13 heures, TF1
 - × Journal de 20 heures, TF1
 - × Journal de 13 heures, France 2
 - × Le Droit de Savoir, TF1, Mardi 16 janvier 2007

La Typologie des exposants SMCL 2006



SMCL 2006 / Résultat de l'enquête Exposants

→ Intérêts des outils de communication



SMCL 2006 / Résultat de l'enquête Exposants

→ Les points forts

- × La notoriété du salon.
- × Un lieu de prise de contact.
- × La qualité et quantité des visiteurs
- × La mise en relation directe avec les élus.
- × Un grand lieu de rendez-vous.
- × La communication autour du salon.
- × Les différentes activités proposées lors du salon.

→ Près de 80% des exposants interrogés souhaitent exposer en 2007

SMCL 2007

Le Salon des Maires et des Collectivités Locales

20, 21 & 22 novembre 2007

Paris- Expo, Porte de Versailles

www.salondesmaires.com



GROUPE MONITEUR

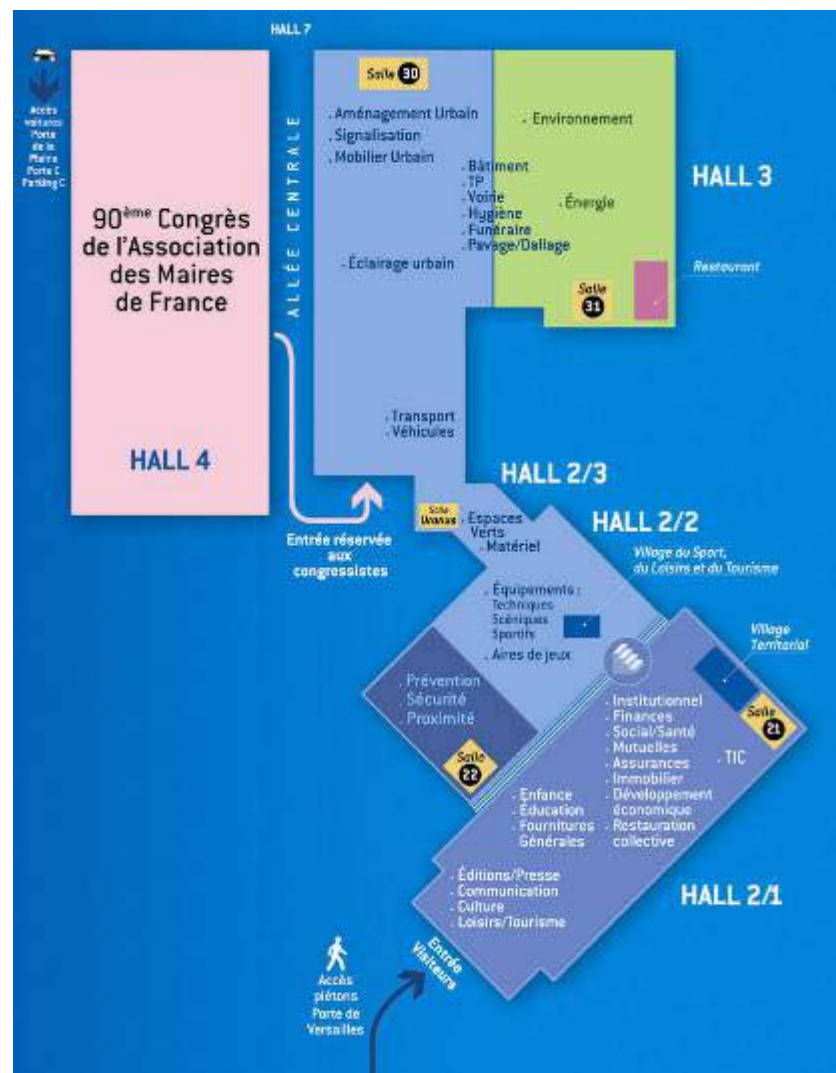
- Dix-neuf ans de partenariat et de collaboration sous le signe de l'efficacité.
- Le Salon des Maires et des Collectivités Locales : une création du Groupe Moniteur et de l'Association des Maires de France.
- 2007 : Centenaire de l'Association des Maires de France.

Un Salon leader...

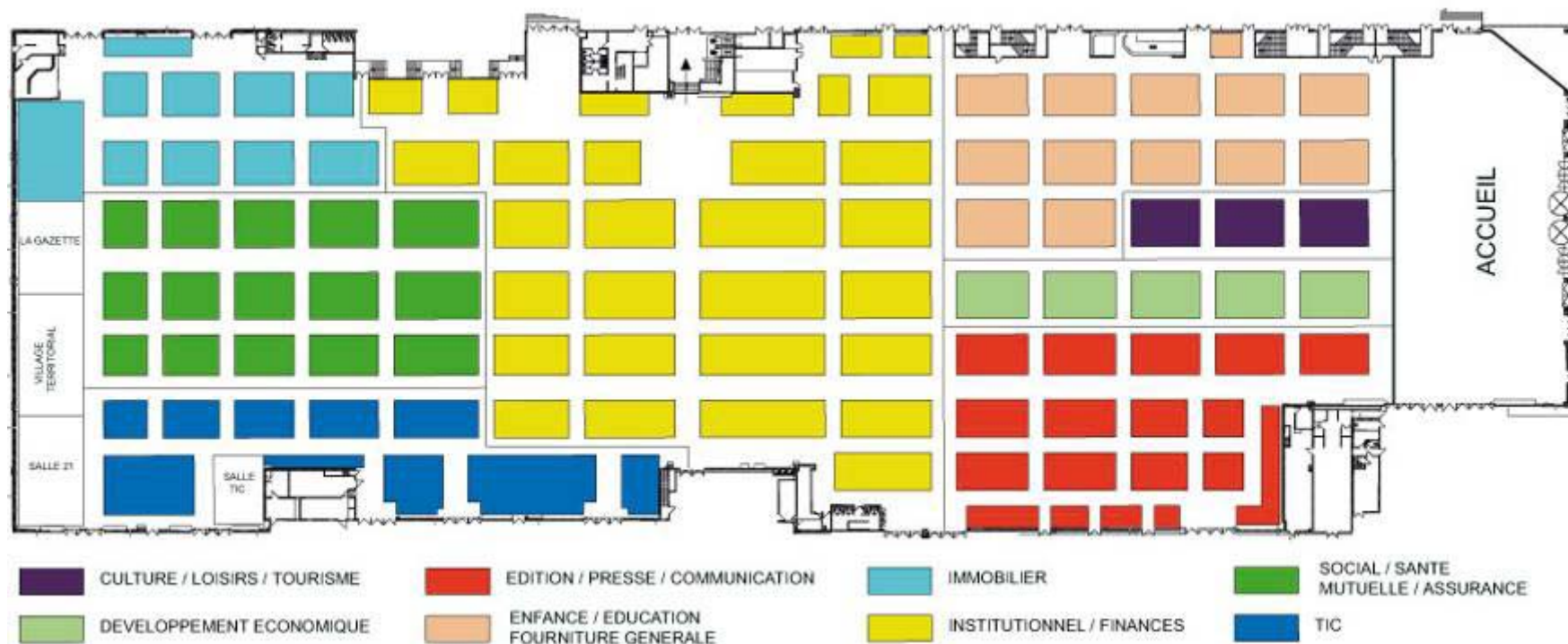
- Le Salon des Maires et des Collectivités Locales est la **seule rencontre nationale** réunissant en un seul lieu **plus de 48 000 élus et décideurs territoriaux et leurs fournisseurs de biens et services.**
- Créé en 1996, à la Porte de Versailles, sa fréquentation est en hausse régulière.
- Pour l'édition 2007 nous attendons près de **50 000 visiteurs et 850 exposants.**
- Aujourd'hui, le SMCL est perçu, par les élus et les cadres territoriaux, comme **la manifestation de référence des Collectivités Territoriales.**



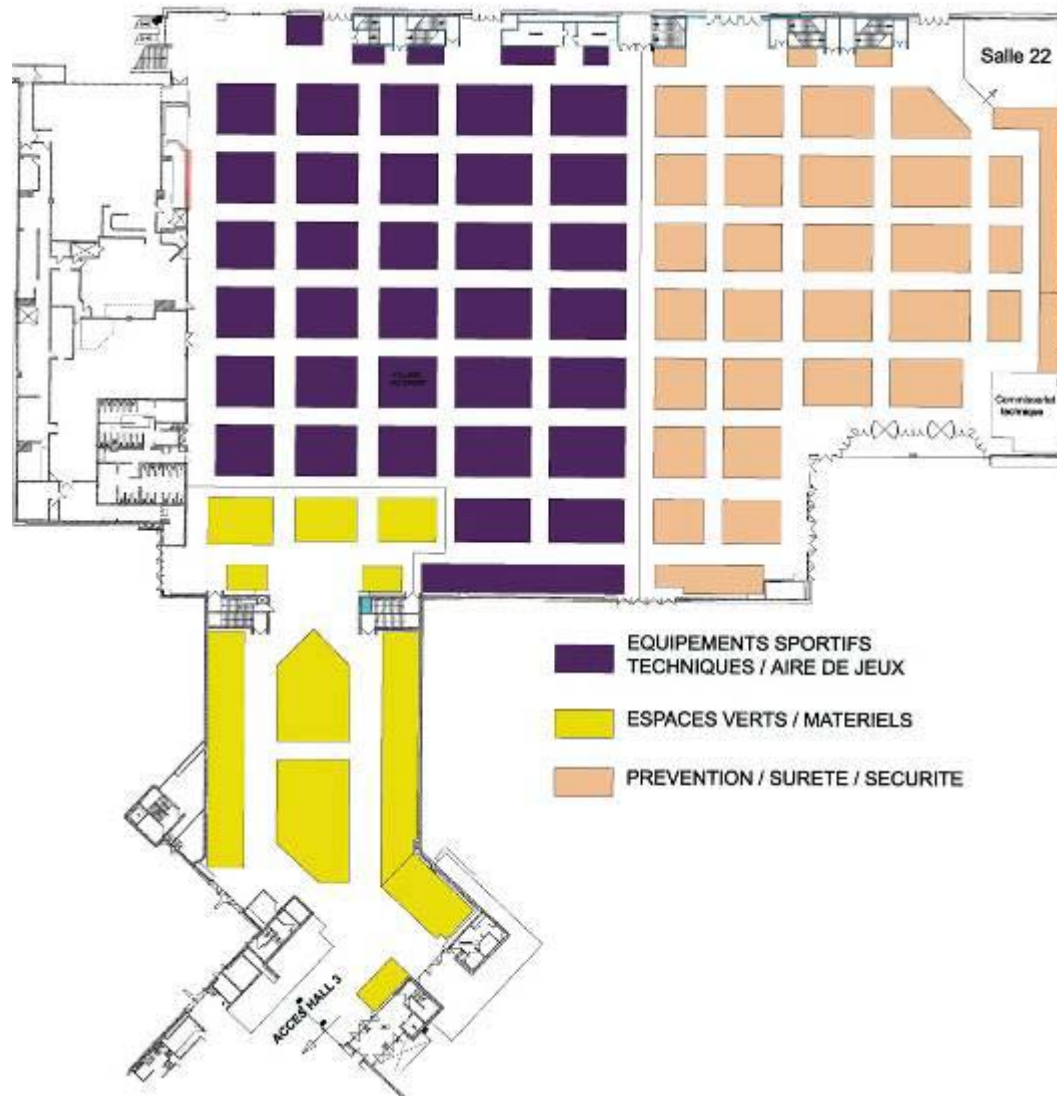
Plan Général

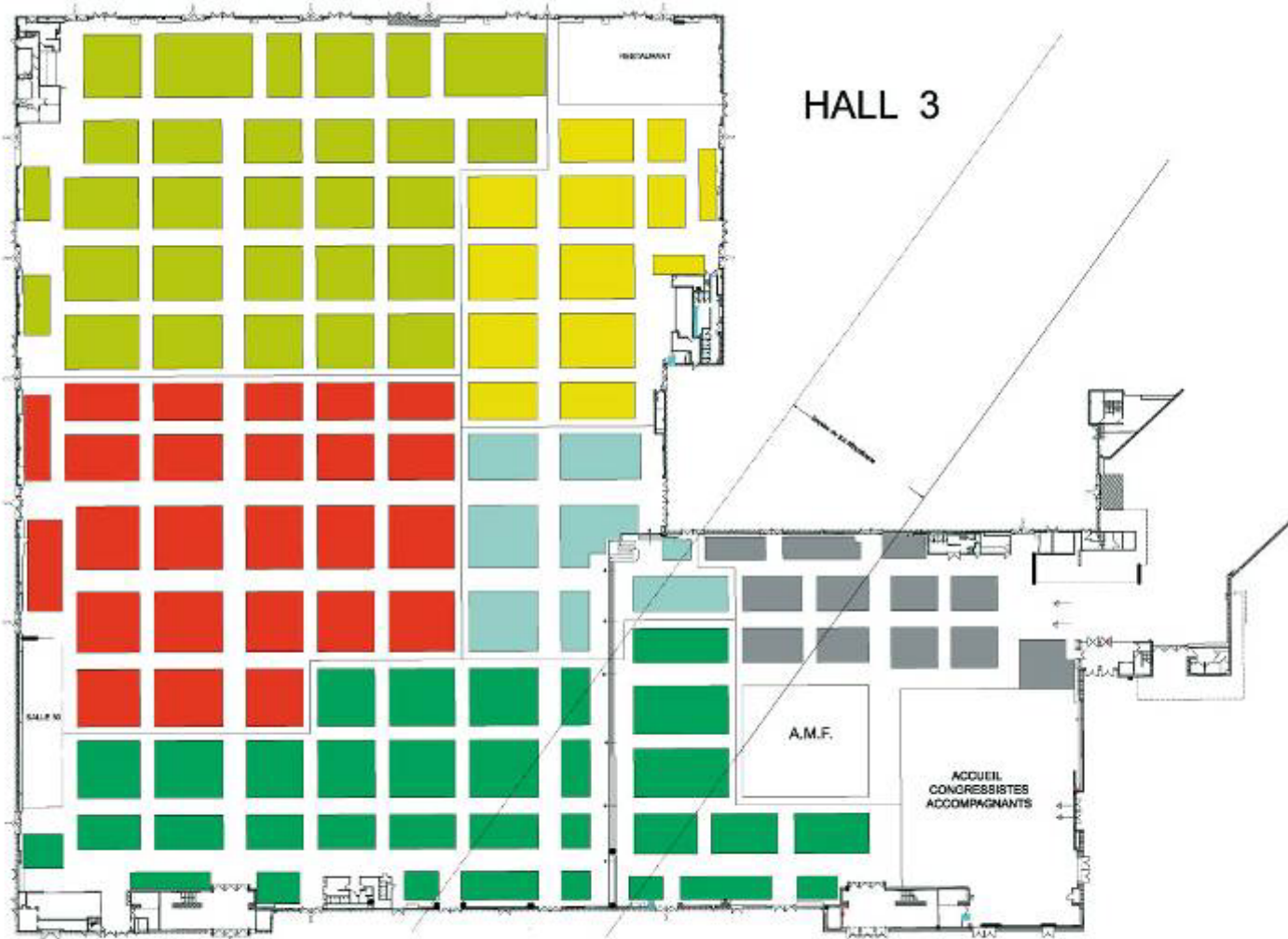


Hall 2/1



Hall 2/2 – 2/3





AMENAGEMENT URBAIN

ECLAIRAGE PUBLIC

ENVIRONNEMENT

BTP / PAVAGE - DALLAGE
FUNERAIRE / HYGIENE

ENERGIE

TRANSPORT / VEHICULE

Un accent particulier sur le Sport en 2007

- Le Groupe Moniteur souhaite renforcer la thématique « sport » pendant ce lieu unique de rencontre entre décideurs publics et fournisseurs de biens et de services aux collectivités locales.
- Le sport sera à l'honneur grâce à un village sportif dédié au cœur du Hall 2/2 et, à des conférences et ateliers techniques durant les 3 jours du salon, ainsi que des animations.
- Une campagne de promotion dédiée et des partenariats renforcés en cours de finalisation avec les associations d'Elus et professionnelles leaders (Sports et Territoires, ANDES, ANDIISS) et le mouvement sportif (CNOSF, fédérations sportives)

→ Espace nu

- × Tout projet de stand nu devra respecter le règlement technique du salon, spécifique selon le hall d'exposition.
- × Les plans côtés (voir dossier technique) devront être transmis avant le 1er octobre à notre service technique pour validation.

Une offre simplifiée pour une participation optimisée

→ Pré-équipé

- × moquette,
- × cloisons de séparation et de fond,
- × une enseigne drapeau,
- × un rail de 3 spots par 9m² (hors branchement électrique),
- × une triplette,
- × le nettoyage du stand est assuré la veille d'ouverture et durant les 3 jours d'exploitation.

→ Clé-en-main

- × moquette : coloris au choix
- × Structure, cloisons de fond et de séparation
 - 4 coloris au choix
 - Pour les stands $\leq 24 \text{ m}^2$: réserve de 2 m^2
 - Pour les stands $> 24 \text{ m}^2$: réserve de 4 m^2 et espace discussion ($\approx 6 \text{ m}^2$)
- × enseigne
- × équipement électrique
 - Branchement électrique de 3Kw intermittent
 - 1 ou 2 triplètes (suivant le nombre de m^2)
- × éclairage du stand
 - 1 rail de 3 spots par 9 m^2
- × crédit mobilier
 - $25\text{€}/\text{m}^2$ (à choisir dans un catalogue qui vous sera remis)
 - 1 réfrigérateur (140 L) garni de boissons non alcoolisées
 - 1 machine à café
 - décoration végétale
 - 1 ou 2 places de parking (suivant le nombre de m^2)
 - nettoyage quotidien du stand

Réservation des Stands

Pour participer

	Nu	Stand Pré-Equipé	Stand Clé en main
1 allée	280 €	340 €	490 €
2 allées	300 €	370 €	530 €
3 allées	360 €	410 €	560 €
4 allées	390 €	440 €	595 €

Prix HT par m²

Droits d'inscription : 200 € HT

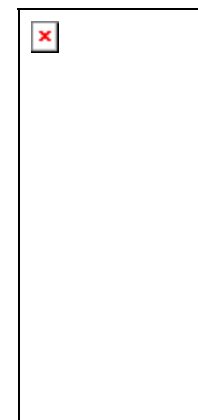
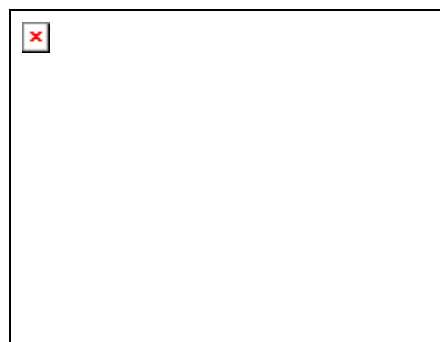
Firme hébergée : inscription au catalogue, lien internet : 1200 € HT

Surface minimum : 12m²

Tarifs indicatifs à définir dans le cadre d'un pavillon des fédérations sportives

Les droits d'inscription comprennent

- 1/3 de page sur le catalogue
- Présence sur le site Internet
- Présence sur le Plan de visite
- 300 invitations



Des outils de communication à votre service

→ Le bandeau Internet personnalisé avec lien vers votre site

→ Le catalogue (50 000 ex.):

- × une page complète avec logo et visuel,
- × une page de publicité

→ Le Plan de visite, au choix :

- × votre logo,
- × une page de publicité au dos ou à l'intérieur

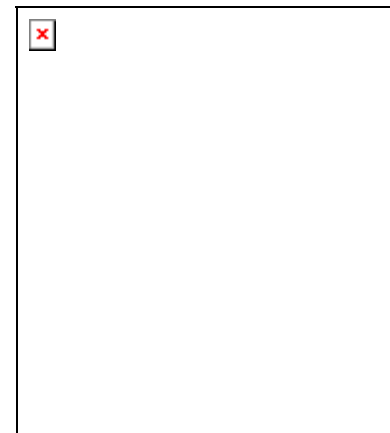
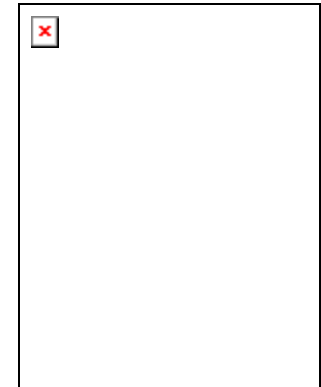
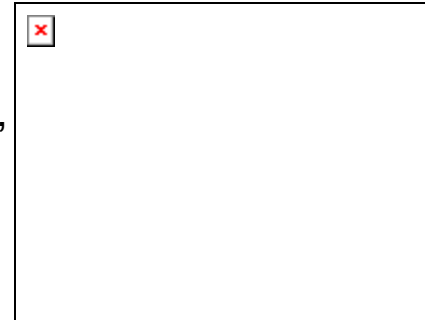
→ La Mallette des congressistes, au choix :

- × Insertion
- × Logo sur la mallette

→ Le stylo logotypé

→ Le cordon badge personnalisé

→ L'affichage sur le Parc des Expositions :
totem à l'entrée du site



Des espaces d'échange et d'information par hall pour mobiliser les visiteurs sur le salon



→ Le Village Territorial

Conscient du rôle des décideurs territoriaux dans la gestion locale, le SMCL met à leur disposition et à celle de leurs associations représentatives, un espace convivial pour se rencontrer, tenir des réunions et organiser des débats, spécifiquement centrés sur les problématiques liées à l'exercice de leurs fonctions.

→ Les salles de conférence

Pendant les 3 jours de la manifestation, nous organisons, pour les visiteurs, des conférences sur des thèmes ciblés et variés, au cœur de la dynamique de modernisation de la gestion locale.



La Promotion

→ Marketing direct

- × **La Lettre du SMCL**, 8 pages de communiqués sectoriels du salon, envoyées auprès des 100 000 Maires – Maires adjoints – Directeurs de service – Secrétaires Généraux des mairies >10 000 hab. – Conseils départementaux et régionaux – Structures intercommunales – EPCI, anciens visiteurs du salon
- × **Affichage** dans toutes les mairies > 5000 habitants, Conseil Généraux, Régionaux et communautés d'Agglomération
- × **Encartage d'invitations** dans les revues professionnelles du secteur
- × **Mailing lettres badges** personnalisées auprès des décideurs Territoriaux Région Parisienne (DGA, DGS, DST, DSI) et Maires adjoints.
- × **e-mailing** auprès des adhérents d'associations de territoriaux, des pré-enregistrés web du « secteur public » et des internautes de lagazette.com.

→ Poursuite des partenariats auprès des 10 associations professionnelles de fonctionnaires territoriaux représentant 14 000 adhérents

- × Techniciens ,
- × Ingénieurs,
- × Urbanistes,
- × Directeurs et Secrétaires Généraux,
- × Acheteurs et Administrateurs

La Promotion

→ **Campagne de communication** de septembre à novembre sur les majeurs de la presse professionnelle spécialisée

× Le Gazette des Communes



× Le Courrier des Maires,



× La Lettre du Cadre



× Techni.Cités



× Lux, la revue de l'Éclairage



× Environnement magazine – Hydro plus – Recyclage Récupération



× Paysage Actualités



× L'Hémicycle



× Journal des Communes



× Maires de France



× Le Moniteur



× Le Monde



× Les fiches pratiques sportives



× www.infosport.org

La Promotion

→ ***Campagne de communication Radio et Web***

- × **Spots de pub radio** diffusés sur RTL et France Info en novembre



- × **site web salondesmaires.com** : site d'information sur l'ensemble de la manifestation largement diffusé sur l'ensemble des outils de promotion (pub, invitation...).
- × **Bandeau sur les sites Internet** de Batiproduits, Le Moniteur-Expert, La Gazette des communes, Le Courrier des maires

Réservation des Stands

- Le plus tôt sera le mieux.
- Un choix plus varié d'emplacements.
- Si réservation avant le 31 mai 2007,
 - × règlement de 20 % à la commande,
 - × 30% avant le 29 juin 2007
 - × et le solde avant le 28 septembre 2007.
- Si réservation à partir du 1er juin 2007,
 - × règlement de 50 % à la commande,
 - × et le solde avant le 28 septembre 2007.
- Plus de temps à consacrer à la préparation de votre stand, de votre communication avant salon, aux animations à mettre en place, etc.
- Soulignons que :
 - × Près de 80% des exposants 2006 souhaitent revenir
 - × La zone Prévention, Sureté, Sécurité qui était dans le hall 5, intègre l'enceinte du SMCL ; ce qui va limiter les marges de manœuvre pour accueillir l'ensemble des anciens et des nouveaux exposants

Une équipe à votre service

→ Catherine SACHREITER commissaire général du SMCL ☎ 01 40 13 38 28

→ Patrick BAYEUX
Coordonateur Sport SMCL/SLTT

☎ 06 70 88 30 26

bayeux@club-internet.fr

→ Philippe MOTHEs
Directeur de Clientèle

- × Aires de jeux
- × Équipements sportifs
- × Équipements techniques et scéniques
- × Transports, véhicules
- × TIC télécom
- × Espaces verts

☎ 01 40 13 35 37

philippe.mothes@groupemoniteur.fr

Télécopie : 01 40 13 35 50