



*Investir et réinvestir dans
les Palais des Congrès et Parcs d'Exposition*

**Création, Extension ou Repositionnement
d'un Equipement**

Vendredi 12 juin 2009

**INEXIA
MENIGHETTI
PROGRAMMATION**

A/ Pour un Maître d'Ouvrage public, la programmation d'un équipement se décide à partir de 4 critères :

- 1. A quels besoins veut-on répondre ?*
- 2. Quel niveau de service veut-on proposer ?*
- 3. Quel « rôle urbain » veut-on lui confier ?*
- 4. A quels coûts ?*



Préprogramme et Scénarios

1. A QUELS BESOINS VEUT-ON REpondre ?

● Réponses premières

Fonctions / Activités ← → **Usagers / Clients**



→ Etudes de clientèle, de comportement, de consommation

● Au-delà, d'autres ambitions ... Soutenir le tissu économique local ...

2. QUEL NIVEAU DE SERVICES VEUT-ON PROPOSER ?

- ▶ **Equipement de niveau communal ou d'agglomération**
- ▶ **Equipement régional, voire national**

C'est l'ambition du projet, son positionnement, son rayonnement

- ➔ **Etudes de zone d'influence, de public ciblé, de concurrence et de complémentarité**

3. LE ROLE URBAIN

▶ L'emplacement dans l'agglomération

- les disponibilités foncières
- les conditions d'accès
- les contraintes environnementales et sociales

▶ Les interfaces avec la ville

- Pour le Palais des Congrès :
 - > le centre-ville - associé à l'offre d'agrément
 - > ou associé à un autre équipement (aéroport, parc exposition, ...)
en périphérie pour favoriser l'accessibilité ou l'exploitation
- Pour un Parc Exposition :
 - > les zones de périphérie limitant les nuisances et offrant les surfaces nécessaires (parkings...).
 - > Ou maintenir une visibilité locale en se maintenant sur les sites historiques à proximité des centres urbains.

▶ Avec pour tous un joker : l'accessibilité et plus particulièrement par les transports en commun

4. A QUELS COÛTS POUR LE MAÎTRE D'OUVRAGE ?

- ▶ Investissement ...
- ▶ Fonctionnement
- ▶ Rentabilité directe
- ▶ Retombées indirectes – hôtellerie, sous-traitance
- ▶ Retours - non quantifiées - en terme d'image, de réputation, et donc attractivité économique
- Attention aux interférences entre montages financiers et coûts

B/ Les grandes phases de la démarche

1. Bilan de l'existant

2. Les tendances du marché

3. Les installations actuelles et terrains pressentis

4. Le niveau d'équipement de l'agglomération



Scénarios d'aide à la décision

1. BILAN DE L'EXISTANT (hors installations)

▶ **Rencontres entre les partenaires du projet, gestionnaires, clients, élus, ...**

▶ **Le fonctionnement actuel**

Type de manifestations, fréquence – nombre, fréquentation, zone d'influence, ...

▶ **Evolutions locales**

Manifestations nouvelles, abandon ...

▶ **Les concurrences connues**

2. LES TENDANCES DU MARCHÉ NATIONALES ET INTERNATIONALES

▶ Les évolutions dans les manifestations

Thèmes, durée

▶ Les évolutions dans les attentes des organisateurs, des exposants, des visiteurs

Taille, niveau de confort, ...

▶ Les nouveaux équipements

Réalisations récentes, rénovations en cours

3. LES INSTALLATIONS ACTUELLES ET LES TERRAINS PRESSENTIS

▶ Les circuits d'accès

Stationnement – Entrée public

Livraison – Accès professionnels

▶ L'offre des bâtiments

S² – Hauteur – Trame poteaux – Livraison

▶ Etat de santé et de confort

« Âge » du bâtiment – Isolation – Acoustique – Bilan environnemental

▶ Capacité d'extension / de construction

En surfaces

En réglementation

▶ Les reconversions évoquées

4. LE NIVEAU D'EQUIPEMENT DE L'AGGLOMERATION

- **Par ses équipements et services une agglomération témoigne :**

- ▶ **De ses engagements par rapport à ses usagers** – résidents
 - actifs
 - visiteurs

- ▶ **De son rôle à l'échelon régional**

- ▶ **De ses ambitions interrégionales et nationales**

- **Evoluer les services d'accueil de l'agglomération**

- ▶ **Accessibilité du territoire pour la clientèle visée**

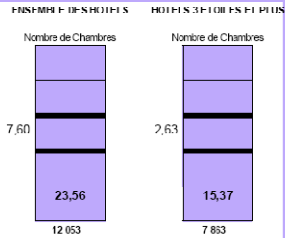
- ▶ **Capacités d'hébergement**

LE BAROMETRE DES EQUIPEMENTS ET DES SERVICES

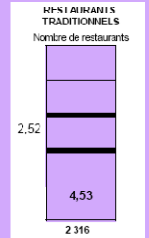
UNITE URBAINE : NICE

VILLE CENTRE : NICE

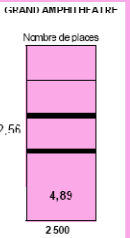
HOTELLERIE



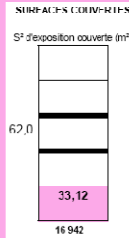
RESTAURATION



CONGRES

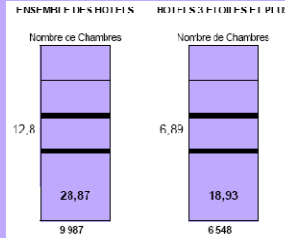


EXPOSITIONS

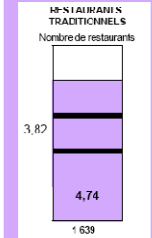


← Valeur UU / Valeur VC →
← Valeur Absolue →

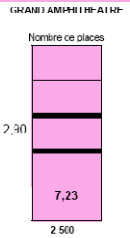
HOTELLERIE



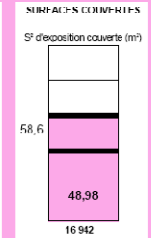
RESTAURATION



CONGRES



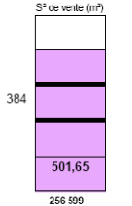
EXPOSITIONS



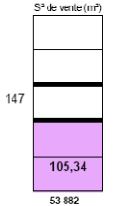
← Valeur UU / Valeur VC →
← Valeur Absolue →

COMMERCE

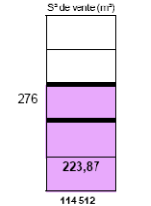
CENTRES COMMERCIAUX



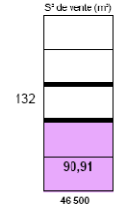
HYPERMARCHES



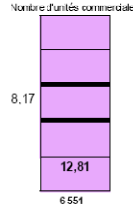
ENSEMBLE DES GRANDES SURFACES SPECIALISEES



SUPERMARCHES / HARD DISCOUNT



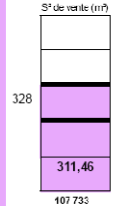
UNITES COMMERCIALES, TOUS ETABLISSEMENTS



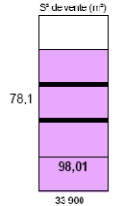
← Valeur UU / Valeur VC →
← Valeur Absolue →

COMMERCE

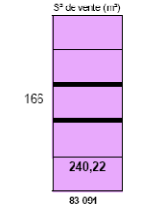
CENTRES COMMERCIAUX



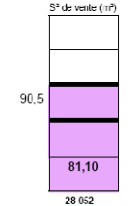
HYPERMARCHES



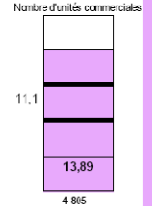
ENSEMBLE DES GRANDES SURFACES SPECIALISEES



SUPERMARCHES / HARD DISCOUNT



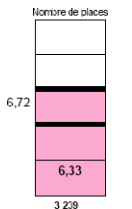
UNITES COMMERCIALES, TOUS ETABLISSEMENTS



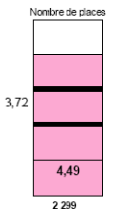
← Valeur UU / Valeur VC →
← Valeur Absolue →

SOCIAL : PETITE ENFANCE

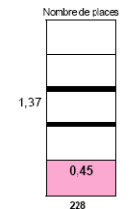
ENSEMBLE DES STRUCTURES D'ACCUEIL



Dont CRECHES COLLECTIVES

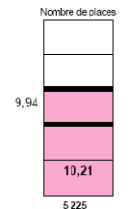


Dont GARDERIES

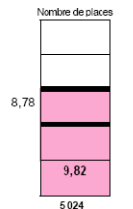


SOCIAL : PERSONNES AGEES

ENSEMBLE DES STRUCTURES D'ACCUEIL



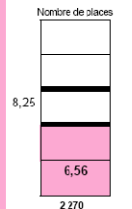
Dont MAISONS DE RETRAITE ET FOYERS



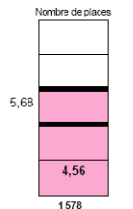
← Valeur UU / Valeur VC →
← Valeur Absolue →

SOCIAL : PETITE ENFANCE

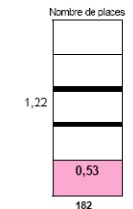
ENSEMBLE DES STRUCTURES D'ACCUEIL



Dont CRECHES COLLECTIVES

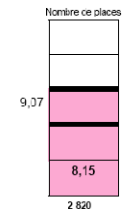


Dont GARDERIES

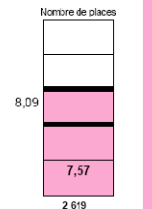


SOCIAL : PERSONNES AGEES

ENSEMBLE DES STRUCTURES D'ACCUEIL



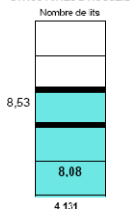
Dont MAISONS DE RETRAITE ET FOYERS



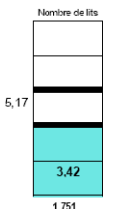
← Valeur UU / Valeur VC →
← Valeur Absolue →

SANTE

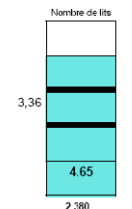
ENSEMBLE DES STRUCTURES D'ACCUEIL



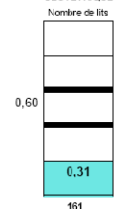
Dont HOPITAUX



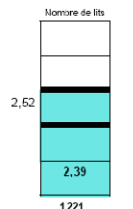
Dont CLINIQUES



GYNECOLOGIE - OBSTETRIQUE



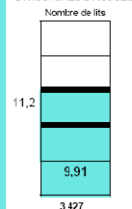
SERVICES DE CHIRURGIE



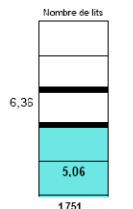
← Valeur UU / Valeur VC →
← Valeur Absolue →

SANTE

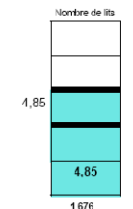
ENSEMBLE DES STRUCTURES D'ACCUEIL



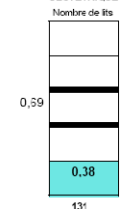
Dont HOPITAUX



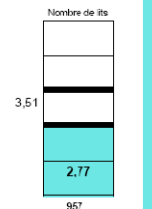
Dont CLINIQUES



GYNECOLOGIE - OBSTETRIQUE

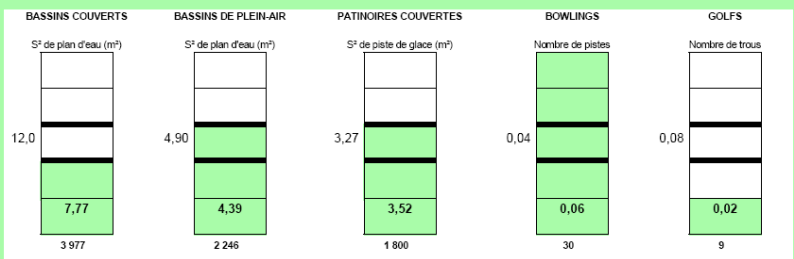


SERVICES DE CHIRURGIE

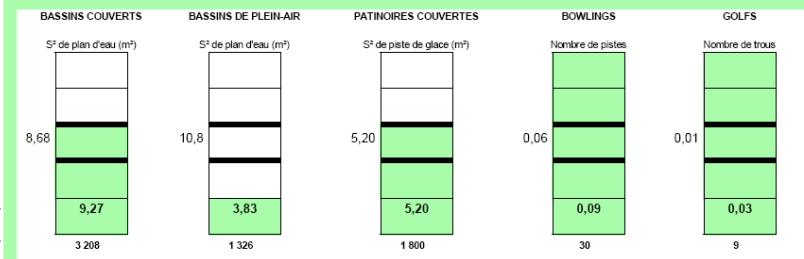


← Valeur UU / Valeur VC →
← Valeur Absolue →

SPORTS

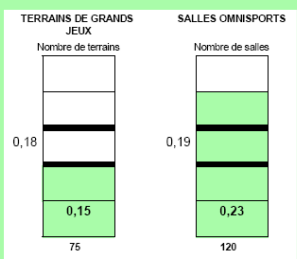


SPORTS

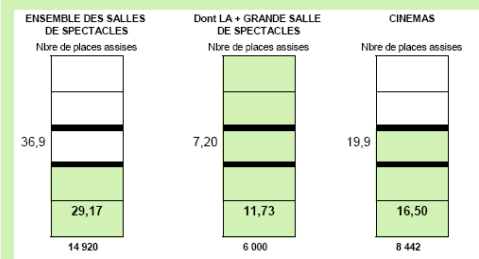


← Valeur UU / Valeur VC →
 ← Valeur Absolue →

SPORTS

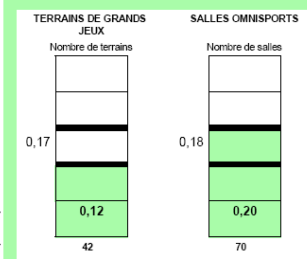


CULTURE : EQUIPEMENTS DE DIFFUSION

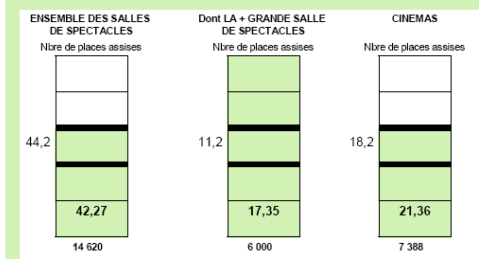


← Valeur UU / Valeur VC →
 ← Valeur Absolue →

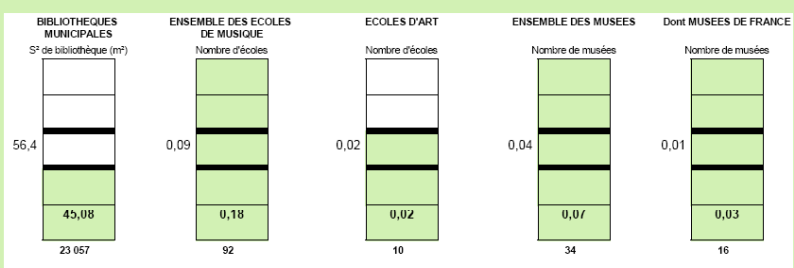
SPORTS



CULTURE : EQUIPEMENTS DE DIFFUSION

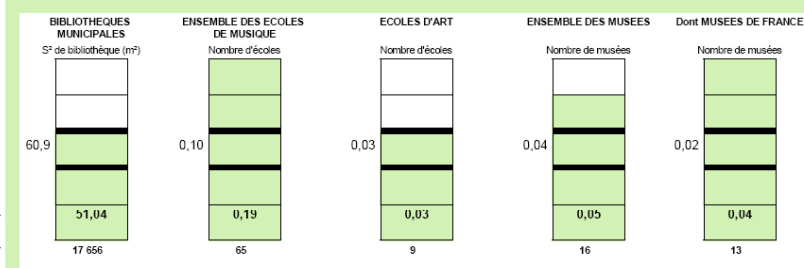


CULTURE



← Valeur UU / Valeur VC →
 ← Valeur Absolue →

CULTURE



Unités Urbaines comparées : Population de plus de 300 000 habitants.

Villes Centres comparées : Population de plus de 300 000 habitants.

Si la moyenne = 0,00 → la tranche est généralement non équipée (baromètre barré).

HOTELLERIE

ENSEMBLE DES HOTELS

HOTELS 3 ETOILES ET PLUS

Nombre de Chambres

Nombre de Chambres

12,8

6,89

28,87

18,93

9 987

6 548

RESTAURATION

RESTAURANTS TRADITIONNELS

Nombre de restaurants

3,82

4,74

1 639

CONGRES

GRAND AMPHITHEATRE

Nombre de places

2,90

7,23

2 500

EXPOSITIONS

SURFACES COUVERTES

S² d'exposition couverte (m²)

58,6

48,98

16 942

SPORTS

TERRAINS DE GRANDS JEUX

Nombre de terrains

0,17

0,12

42

SALLES OMNISPORTS

Nombre de salles

0,18

0,20

70

CULTURE : EQUIPEMENTS DE DIFFUSION

ENSEMBLE DES SALLES DE SPECTACLES

Nbre de places assises

44,2

42,27

14 620

Dont LA + GRANDE SALLE DE SPECTACLES

Nbre de places assises

11,2

17,35

6 000

CINEMAS

Nbre de places assises

18,2

21,36

7 388

La démarche théorique

- \$ A quels besoins veut-on répondre ?*
- \$ Quel niveau de service veut-on proposer ?*
- \$ Quel « rôle urbain » veut-on lui confier ?*
- \$ A quels coûts ?*

La réalité du terrain

- \$ Bilan de l'existant*
- \$ Les tendances du marché*
- \$ Installations actuelles / Terrains prévus*
- \$ Niveau d'équipements de l'agglo*



Préprogramme / Faisabilité
Scénarios d'aide à la décision



Programme
Montages
Consultations
Projet