



RAPPORT ANNUEL DELEGATAIRE (RAD) ANNEE 2022



Sommaire du RAD 2022

Editorial de Jean Battault, Président de Dijon Congrexpo	7
I) Préambule	7
I-1-Faits marquants de l'année.....	7
I-2- Présentation de l'association.....	8
I-3- Structuration du marché de l'événementiel et tendances	9
I-3-1-Tendances du marché de l'événementiel	9
I-3-2-Evolution des principaux marchés.....	11
I-3-3-Structuration du marché.....	13
II) L'essentiel de l'activité 2022.....	15
II-1- Caractéristiques générales de la DSP	15
II-2- Les services et moyens humains.....	15
II-3- Présentation des locaux.....	17
II-4- Vocation des équipements délégués.....	19
II-4-1-Vocation économique et territoriale des équipements délégués.....	19
II-4-2-Vocation des équipements délégués et offres de service	19
II-4-2-1-Manifestations accueillies	19
II-4-2-2-Manifestations organisées	20
II-5- Essentiel de l'activité 2022 et faits marquants	22
II-5-1-Une année sous le signe de la reprise	22
II-5-2-Une politique d'innovation et de modernisation volontariste	23
II-5-2-1-Démarche qualité	24
II-5-2-2-Modernisation des installations.....	24
II-5-2-3-Communication – Transformation digitale.....	25
II-5-2-4-Organisation interne – Management.....	26
III) Les clients du service et leur satisfaction	26
III-1- Détail des manifestations accueillies en 2022	26
III-2- Détail des manifestations organisées en 2022.....	27

La plateforme digitale de la foire a, quant à elle accueilli 35 000 visiteurs	29
III-3- Enquêtes de satisfaction en 2022	29
III-3-1-Manifestations accueillies	30
III-3-2-Manifestations organisées	30
III-4- La démarche qualité.....	36
III-4-1-Suivi général des non-conformités.....	36
III-4-2-Suivi des non-conformités liées aux manifestations internes	36
III-4-2-1-Services Dijon Congrexpo	38
III-4-2-2-Prestataires	38
IV) Le développement des manifestations, activités	39
IV-1-Nos axes majeurs de développement	39
IV-2-Notre stratégie de développement.....	40
IV-2-3-Les concrétisations 2022 en termes de développement.....	41
IV-2-4-Positionnement de Dijon Congrexpo	41
IV-2-5-Développement de notre stratégie marketing.....	43
IV-2-5 1 Développement du marketing digital.	43
IV-2-5-2 Développement du marketing direct.....	45
IV-2-6-Les actions de promotion et de commercialisation	45
IV-2-6-1-Budget de communication	45
IV-2-6-3-Internet et réseaux sociaux.....	47
IV-2-6-4 Réseaux sociaux :	49
IV-2-6-5-Partenariats	55
V) Le patrimoine du service.....	57
V-1-Inventaire	57
V-2-Gestion du patrimoine.....	57
V-2-1-Renouvellements programmés des biens de retours (RP) 2022 – Dijon Congrexpo.....	57
V-2-2-Renouvellements programmés des biens de retour (RP) 2022 – Collectivité	57
VI) La performance et l’efficacité opérationnelle	61
VI-1-La maintenance du patrimoine	61
VI-2-L’efficacité environnementale.....	62
VI-2-1-Enjeux RSE et politique de développement durable	62
VI-2-1-1-Enjeux RSE.....	62

VI-2-1-2-Politique de Développement durable	62
VI-2-2-Mise en œuvre de la politique de développement durable	63
VI-2-3-Evaluation et amélioration de la démarche	63
VII) Compte-Rendu Financier	64
VII-1-Note sur l'équilibre économique global du contrat	64

VII-2-Compte d'exploitation 2022 au format CEP de l'annexe 16 du contrat de DSP



Annexe 13 : Comptes annuels 2022 Format
CEP (Annexe 16 du contrat de DSP)

Comptes analytiques sous format CEP

DIJON CONGREXPO	Réalisé 2019 04/02 au 31/12	Réalisé 2020	Réalisé 2021	Réalisé 2022
CHIFFRE D'AFFAIRES LOCATION ESPACES	1 211 317 €	273 488 €	385 922 €	820 123 €
RECETTES ANNEXES	6 961 044 €	1 062 089 €	3 555 993 €	5 206 470 €
Sous total CA	8 172 362 €	1 335 577 €	3 941 914 €	6 026 593 €
REPRISES SUR AMORT ET PROV. TR CHARGES	18 010 €	690 941 €	408 944 €	23 688 €
AUTRES PRODUITS	102 €	194 481 €	1 157 684 €	533 935 €
Total produits exploitation	8 190 474 €	2 220 999 €	5 508 542 €	6 584 216 €
ACHATS DE MATIERES ET AUTRES APPRO	320 315 €	65 627 €	121 253 €	166 848 €
CHARGES LIEES AUX FLUIDES	391 224 €	228 967 €	341 153 €	442 072 €
REMUNERATION INTERMEDIAIRES	599 303 €	56 883 €	376 923 €	470 700 €
GARDIENNAGE ET SECURITE	434 811 €	83 056 €	308 872 €	427 113 €
LOCATIONS MOBILIERES	283 811 €	64 740 €	174 892 €	188 192 €
CHARGES D'ENTRETIEN DES LOCAUX	236 824 €	63 346 €	155 718 €	187 581 €
CHARGES DE MAINTENANCE	185 828 €	172 239 €	157 279 €	209 617 €
CHARGES D'ENTRETIEN, DE REPARATION ...	360 811 €	74 984 €	152 828 €	293 975 €
CHARGES D'ASSURANCES	150 132 €	111 022 €	106 843 €	144 244 €
CHARGES DE PUBLICITE	537 301 €	214 828 €	288 141 €	434 542 €
CHARGES DE FONCTIONNEMENT ADMINISTRATIF	577 739 €	179 517 €	347 504 €	386 824 €
IMPOT ET TAXES DU DOMAINE PUBLIC	152 704 €	46 670 €	80 395 €	88 182 €
CHARGES DE PERSONNEL	2 241 609 €	1 916 736 €	1 874 804 €	1 988 961 €
AUTRES CHARGES DE GESTION	43 218 €	5 287 €	12 108 €	21 496 €
TOTAL CHARGES EXPLOITATION	6 525 329 €	3 283 903 €	4 498 712 €	5 450 346 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	1 665 145 €	1 062 904 €	1 009 831 €	1 133 870 €
DOTATION AU COMPTE GER	100 000 €	100 000 €	100 000 €	100 000 €
REDEVANCE USAGE MAIRIE	272 500 €	304 077 €	308 209 €	317 500 €
REDEVANCE POUR FR CONTROLE MAIRIE	5 000 €	5 000 €	5 000 €	5 320 €
AMORTISSEMENT DROIT D'ENTREE	334 523 €	367 159 €	367 159 €	284 254 €
DOTATIONS AUX AMORT SUR IMMOB	67 623 €	62 184 €	68 027 €	80 271 €
TOTAL CHARGES FINANCIERES	19 805 €	18 558 €	15 158 €	22 675 €
TOTAL PRODUITS FINANCIERS	- €	- €	- €	- €
RESULTAT FINANCIER	19 805 €	18 558 €	15 158 €	22 675 €
TOTAL PRODUITS EXCEPTIONNELS	- €	27 953 €	1 675 €	1 391 €
TOTAL CHARGES EXCEPTIONNELLES	- €	1 118 €	340 €	5 895 €
RESULTAT EXCEPTIONNEL	- €	26 835 €	1 335 €	4 504 €
RESULTAT AVANT IMPOT	865 695 €	1 893 047 €	147 612 €	319 346 €
IMPOTS SUR SOCIETES	224 789 €	6 000 €	5 826 €	- €
CARRY BACK	- €	231 453 €	- €	- €
RESULTAT	640 906 €	1 655 594 €	153 438 €	319 346 €

Compte GER de l'exercice 2022		
	Dépenses eff.	Dotations annuelles
	5 428 €	100 000 €
Solde créditeur de l'exercice 2022	94 572 €	

.....	65
VII-3-Analyse du compte d'exploitation 2022	66
VIII) Perspectives	67

VIII-1-Prolongation du contrat de délégation de service public en 2023	67
VIII-2-Continuité du service public, de la programmation et de la commercialisation	67
Annexes.....	68

Editorial de Jean Battault, Président de Dijon Congrexpo

L'exercice 2022 a été particulièrement chargé. Nous avons simultanément répondu à l'appel d'offre de renouvellement de la délégation de service public avec une grande implication du CODIR.

Nous avons également travaillé à l'optimisation de nos manifestations, et dans le souci de la continuation du service public, engrangé un nombre jamais atteint de Congrès pour les exercices 2023 & 2024.

Ce travail collégial et notre parfaite connaissance du site a permis d'accélérer la remontée de notre chiffre d'affaire entamée lors de l'exercice précédent à la suite de la crise du COVID.

Cette présentation me donne l'opportunité de féliciter notre directrice générale Nadine BAZIN et l'ensemble de l'équipe qui l'entoure.

I) Préambule

I-1-Faits marquants de l'année

Malgré un début d'année impacté par la crise sanitaire, le Parc des Expositions et Congrès de Dijon aura malgré tout connu une activité soutenue en 2022 avec 152 manifestations accueillies ou organisées, dont 27 congrès et séminaires, 35 assemblées générales ou conventions d'entreprises, 16 salons grand public et 8 salons professionnels.

Au chapitre des manifestations organisées par Dijon Congrexpo, outre la seconde édition de Vélo & Co (16 – 18 septembre) et la 92^e édition de la Foire (1-13 novembre), 2022 a vu le retour du salon de l'habitat en présentiel (4-7 mars) et la tenue après deux reports successifs de la 1^e édition de Bière & Gastronomie (4-6 juin).

L'année 2022 a également été marquée par la réponse à l'appel d'offres de la ville pour le renouvellement de la délégation de service public pour l'exploitation du parc des expositions et des congrès de Dijon.

L'association a fait une offre en groupement avec un architecte et des bureaux d'études afin de répondre à la demande de réalisation d'une mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage dans le cadre des travaux de rénovation du site.

L'offre finale a été déposée le 16 septembre 2022. Le conseil municipal du 05 décembre 2022 a retenu l'offre de GL Events et une notification de rejet de notre offre nous a été signifiée le 07 décembre 2022. Une requête en référé précontractuel a été introduite par notre association le 16 décembre 2022 en contestation du rejet de notre offre.

Par arrêté municipal en date du 30 décembre 2022, Monsieur le Maire de la ville de Dijon a déclaré la consultation en vue de l'attribution de la délégation de service public sans suite.

I-2- Présentation de l'association

Dijon Congrexpo est profondément ancré dans le territoire, son professionnalisme et ses réussites participent activement au rayonnement de la Ville de Dijon.

Dijon Congrexpo poursuit ses actions visant à développer ses activités et contribuer ainsi à l'animation du territoire et à son développement économique.

Promouvoir la ville, son attractivité, son accessibilité, c'est justement la raison d'être de Dijon Congrexpo : Faire rayonner Dijon et sa métropole pour faire de l'événementiel un vecteur d'activité et de retombées économiques pour le tissu économique local.

Acteur local, gestionnaire d'un seul site, Dijon Congrexpo présente l'avantage considérable de pouvoir concentrer toute son action et ses moyens à la réalisation de cette ambition.

Dijon, comme destination, est d'ailleurs particulièrement mise en avant sur tous les supports de communication de Dijon Congrexpo : son site internet, ses réseaux sociaux, sa documentation.

Véritable partie prenante du paysage gastronomique et vinicole local et investie dans la mise en valeur de ce patrimoine, Dijon Congrexpo entretient des liens historiques avec ceux qui font le terroir de la métropole tels que les associations gastronomiques et confréries, le Bureau interprofessionnel des Vins de Bourgogne ou encore La Fédération des Négociants-Éleveurs de la Grande Bourgogne.

Forte d'un réseau international entretenu depuis plus de 60 ans, Dijon Congrexpo soutient, encourage et facilite la commercialisation des vins de Bourgogne à l'international, en mettant en relation des professionnels du vin étranger avec les opérateurs vignerons de Bourgogne.

Avec pour leitmotiv le rayonnement de la Foire, de Dijon et de sa région, Dijon Congrexpo associe chaque année de grands noms de la gastronomie française à la Foire de Dijon.

Et parce que le rayonnement gastronomique de Dijon passe par la découverte de ses plats traditionnels par le plus grand nombre, Dijon Congrexpo s'attache à travailler exclusivement en partenariat avec des traiteurs locaux qui proposent des produits et menus 100% bourguignons.

Dijon Congrexpo est pleinement intégré dans les métiers de l'événementiel. Dijon Congrexpo est un acteur de référence sur les principaux marchés que sont les salons professionnels et grand public, les congrès et conventions et les événements d'entreprise.

Dijon Congrexpo intervient pour le compte de nombreux clients publics et privés (entreprises, institutions et collectivités, organisateurs de manifestations...) et les accompagne dans la réalisation complète de leur projet, de la définition de la stratégie ou du concept jusqu'à la mise en œuvre opérationnelle.

Dijon Congrexpo a une gestion dynamique et ambitieuse pour le site qui lui est confié par la Ville de Dijon.

Son expérience, et son succès, dans l'exploitation depuis 1967 du parc des expositions et du palais des congrès ainsi que l'organisation de manifestations grand public, emblématiques et représentatives de la Ville, la Foire Internationale et Gastronomique et Florissimo, en font un acteur essentiel de l'économie locale.

I-3- Structuration du marché de l'événementiel et tendances

I-3-1-Tendances du marché de l'événementiel

Particulièrement attaché aux changements et aux tendances, le secteur événementiel reflète souvent les évolutions du monde qui l'entoure. Entre le Covid, les effets de la distanciation sociale, la montée en puissance du numérique, l'impact sur le monde du travail, l'urgence climatique suivie de l'actuelle sobriété énergétique..., ces évolutions sont multiples... Il y a encore deux ans, l'événementiel fonctionnait d'une tout autre manière. Même si certaines constantes demeurent, les changements n'ont jamais été aussi profonds. Deux grandes tendances se détachent : les changements de formats accompagnés de nouvelles solutions digitales ainsi qu'un engagement plus poussé vers le développement durable.

L'ère post-Covid a démontré l'importance de continuer à organiser des événements pour se retrouver et créer du lien, ce qui, sans surprise, n'a pu être remplacé par le numérique. Mais il est également évident qu'aujourd'hui le numérique a bousculé les modes de consommation et la façon de créer du lien. Nous le constatons, les solutions digitales prennent une place de plus en plus importante dans le marché événementiel entraînant pour clients et organisateurs la nécessité de repenser le format de leur événement afin d'optimiser la participation et surtout l'engagement des visiteurs, devenus de plus en plus difficiles à capter.

Cependant, la crise a laissé des traces indélébiles. C'est en effet l'événementiel qui a été le premier et le dernier impacté par les restrictions. Dès le 20 février 2020, le secteur a été le premier à voir ses

jauges réduites à 5 000 personnes puis à 1 000. Et le dernier à en sortir puisque le retour à des capacités pleines n'est intervenu qu'en janvier 2022, après les restaurants. Cette crise aura donc lourdement impacté toute la chaîne de valeurs, que ce soient les sites d'accueil ou les prestataires.

Fort heureusement, depuis le retour à la normale des conditions d'ouverture, l'activité a repris progressivement à partir de mars 2022 mais cette reprise se révèle source de disparités entre les différents acteurs du secteur. On constate que les lieux d'accueils restent globalement loin de leur niveau d'activité avec une baisse de 20 à 40 % du nombre d'exposants et visiteurs dans l'ensemble des manifestations. D'autre part, les événements professionnels ont redémarré beaucoup plus vite et marchent plus fort que ceux destinés au grand public. Cela s'explique par le fait que les entreprises ont plus que jamais besoin de remplir leur carnet de commandes après deux années de crise. Pour les salons grand public, la reprise est plus lente et la baisse de fréquentation de l'ordre de 35 %, voire plus.

Longtemps à l'arrêt, les congrès internationaux ont redémarré timidement en 2022.

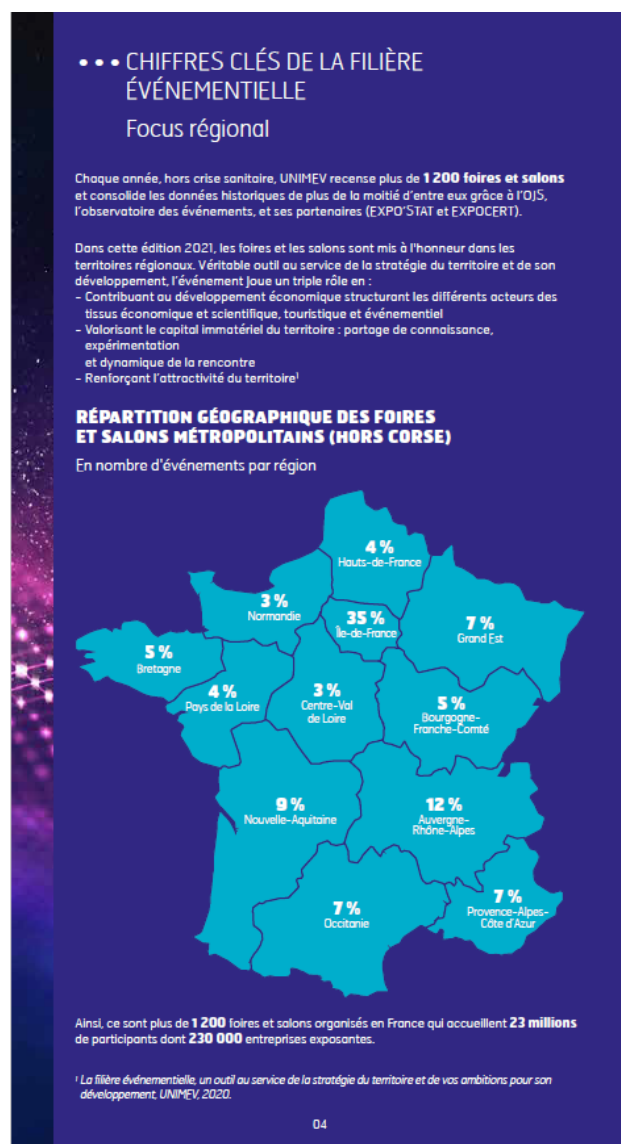
Il n'en demeure pas moins que le secteur est en pleine mutation. La plus visible d'entre elles est l'hybridation des événements. Elle consiste à rassembler un public, d'une part en présentiel, et d'autre part, en virtuel. Compte tenu du risque d'évolution de la situation sanitaire, le secteur a été contraint à se réinventer et cette stratégie d'accélération de la digitalisation des événements est clairement devenue incontournable.

Les experts du secteur estiment que l'on se dirige vers une hybridation massive qui fait que le digital est et sera de plus en plus utilisé. À la fois en amont de l'événement pour l'annoncer ; pendant via les interventions d'expert en visioconférence ou la retransmission en live ; mais aussi après pour continuer de le faire vivre grâce au contenu collecté sur place.

En revanche, cette hybridation ne présente pas que des avantages ; en effet, si elle allonge potentiellement la durée de vie d'un événement, renforce sa notoriété et améliore son bilan carbone avec les experts intervenant à distance, le digital ne répond en rien au besoin de rencontre physique indispensable au succès d'un événement. En outre, le modèle économique d'un événement hybride est forcément plus fragile qu'en présentiel car il nécessite le déploiement de moyens digitaux coûteux pour diffuser un congrès en ligne sans aucun retour sur investissement possible... car les visiteurs n'acceptent pas encore à ce stade de payer pour assister à un salon exclusivement en ligne.

I-3-2-Evolution des principaux marchés

Pour mémoire, les chiffres clés 2021 sont les suivants :



... LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Une préoccupation partagée par tous les acteurs de la filière

Par l'UFI

Les événements sont à la fois de véritables vitrines d'entreprises, de secteurs, de filières, de communautés d'acteurs et de territoires mais également des instruments de développement économique et d'innovation.

Puisque les événements encouragent la diffusion et la promotion de nouvelles offres de produits et de services plus responsables, la durabilité est une priorité pour les entreprises de l'événementiel professionnel.

Aussi en juillet 2021, l'UFI a présenté un nouveau rapport sur les perceptions des exposants et visiteurs à propos de la durabilité dans la filière¹.

LA GESTION DE LA DURABILITÉ PERÇUE PAR LES PARTICIPANTS

71 %

des exposants sont d'accord ou tout à fait d'accord pour dire que leur entreprise prend des mesures pour améliorer sa politique de développement durable lors des événements.

Les participants aux événements, visiteurs comme exposants, attribuent une note située entre 3 et 3.2 sur 5 aux efforts faits par le secteur événementiel en matière de durabilité.

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA MISE EN ŒUVRE DES POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Seuls **12 %** des organisateurs interrogés ont privilégié l'organisation d'événements plus durables pour engager les participants en 2021.

Malgré la crise sanitaire, **46 %** des programmes portant sur le développement durable ont vu leurs investissements se maintenir ou augmenter (contre 15 % pour l'ensemble des programmes).

89 % des acteurs de l'événementiel pensent également que des investissements publics au bénéfice de la durabilité sont nécessaires.

ACTIONS PRIORITAIRES PLÉBISCITÉES PAR LES EXPOSANTS

1. Réduire les coûts des matériaux, produits, services durables et accessibles (noté efficace à 4.2/5)

2. Développer des nouvelles technologies ou procédés pour des problématiques comme le gaspillage, les émissions carbone etc. (noté efficace à 4.1/5)

3. Développer l'éducation en matière d'événements durables à tous les niveaux de la chaîne de valeur incluant les visiteurs et les exposants (noté efficace à 4/5)

••• LES GESTIONNAIRES DE LIEUX ÉVÉNEMENTIELS

36 gestionnaires de lieux événementiels, adhérents d'UNIMEV, ont participé à l'enquête dédiée à cette activité. Ils représentent **1 134 355 m²** de surfaces commercialisables.

L'analyse suivante est uniquement basée sur ces professionnels gérant différents types d'équipements :



Pour faire face à la crise, des gestionnaires de lieux ont effectué des investissements de plusieurs natures : sécurité dont sanitaire, innovation, RSE, expérientiel.

LA SÉCURITÉ

50 %

des participants à l'enquête
ont investi dans des dispositifs
de sécurité attentats.

92 %

**ont mis en place des dispositifs
pour assurer la sécurité sanitaire
des visiteurs et exposants.**

La quasi-totalité s'est mise à pied d'œuvre pour pouvoir accueillir en toute sécurité ses participants avec entre autres : des distributeurs de gel hydroalcoolique, une signalétique renouvelée et des dispositifs de protection.

LE DIGITAL ET L'HYBRIDE

1/4

des lieux
ont investi dans des studios
d'enregistrement.

et 11 %
**dans des dispositifs
de traçage numérique.**

LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE

La RSE représente aujourd'hui un enjeu majeur dont les gestionnaires de lieux ont pris conscience.



69 %

**ont mis en place
des mesures de réduction
des consommations
d'eau et d'électricité
sur leur lieu d'accueil.**



44 %

**ont mis en place des mesures
de pilotage de l'impact
environnemental du site :**
bilan carbone, bilan énergétique,
déplacement des participants,
certifications/labels...



97 %

**ont mis en place des
mesures structurantes
en matière de gestion
des déchets :**
tri, réduction, recyclage, réutilisation...



36 %

**ont mis en place des
mesures de réduction de
l'impact environnemental
des déplacements des
participants jusqu'au lieu :**
transports à faible impact, mobilité
douce.

I-3-3-Structuration du marché

Le secteur de l'événementiel comprend 3 types d'acteurs principaux :

- Les organisateurs de foires, de salons, de congrès et d'événements sportifs,
- Les gestionnaires de sites d'accueil,
- Les prestataires de service : agences événementielles, prestataires techniques et logistiques, hôteliers, traiteurs...

A la fois gestionnaire du parc des expositions et du palais des congrès de Dijon, organisateur d'événements et prestataire technique, Dijon Congrexpo s'inscrit dans ces trois catégories.

A l'échelle nationale, plus d'une vingtaine d'équipements ont vu le jour ou ont été rénovés ces 5 dernières années. Parmi eux : Rennes, Reims, Metz, Le Havre, Quimper, Toulouse, Strasbourg, Eurexpo- Lyon, Paris Convention Centre etc.

Fait marquant de l'année 2022, l'ouverture et la mise en service progressive à partir de septembre d'un nouvel équipement à Orléans, le CO'Met, complexe unique regroupant 4 structures majeures : un auditorium de 1000 places et 800 m² de salles de commission modulables, une salle de 10000 places pour les événements sportifs ou culturels, un nouveau Parc des Expositions de 15 888 m² + 8 000 m² en extérieur et un Zenith de 6900 places (assis-debout).
Ce nouvel équipement porté par Orléans métropole a nécessité un investissement de 150 millions d'euros.

Nous avons pu établir que sur le marché de l'accueil de congrès, à taille sensiblement proches, les principaux concurrents sont : Antibes, Nancy, Avignon, Saint Malo, Reims, Rennes et la Baule.

Sur le marché des gros événements et salons, qui nécessite une capacité d'accueil supérieure, Lille, Nantes, Marseille, Bordeaux et Montpellier sont les équipements les plus souvent mis en concurrence avec notre équipement.

A l'échelle régionale, nous recensons une quarantaine de sites événementiels (parcs des expositions, palais des congrès, salles de spectacles, équipements culturels, sportifs, lieux de séminaires...) dont les principaux : Palais des Congrès (Beaune), Micropolis (Besançon), Axone (Montbéliard), Centre des Congrès Atria (Belfort), Juraparc (Lons le Saunier), La Commanderie et Dolexpo (Dole), Le Spot (Macon), Parc des expositions et le Colisée (Chalon sur Saône), Auxerexpo (Auxerre), Parc des expositions (Nevers).

Nous observons qu'aucun de ces équipements (à l'exception de Beaune) n'a la capacité de se positionner sur l'ensemble des segments de MICE et d'accueillir des événements d'envergure en un seul et même lieu, en raison notamment :

- De l'insuffisance de sa taille, de la configuration de ses espaces et du nombre de salles qu'il comporte,
- Du déficit de capacités d'hébergement mobilisables à l'échelle de la ville ou de l'agglomération où il se situe.

La 2^{ème} ville du département, Beaune dispose d'un palais des congrès d'une capacité de 340 places. Beaune bénéficie d'un emplacement privilégié en termes d'accessibilité et profite d'une notoriété forte et d'une belle image liée à son patrimoine.

A l'échelle locale, les équipements susceptibles d'entrer en concurrence avec le Parc des expositions et Congrès sont : Le Zénith (Dijon), Le Cèdre (Chenove), L'Ecrin (Talant) et à un degré moindre le stade Gaston Gérard et le domaine du Lac (Dijon).

Il convient cependant de préciser que le Parc des Expositions et Congrès de Dijon n'est pas absent de ce segment ; l'implication de ses dirigeants dans le tissu économique et la proximité de ses équipes commerciales avec le monde associatif, culturel et sportif leur ont en effet permis au fil du temps de fidéliser une clientèle locale qui apprécie à la fois la grande variété des espaces en termes de jauge et de configuration et la qualité de l'accompagnement dont elle bénéficie dans l'organisation de son événement.

C'est là, une parfaite illustration de la mission de service rendu au public exercée par l'exploitant du Parc des expositions et congrès, Dijon Congrexpo.

D'autres équipements implantés sur le territoire métropolitain développent également des activités d'accueil de réunions, séminaires, assemblées générales, conventions, événements d'entreprise, etc... comme secteur d'activité accessoire : les cinémas, hôtels, ...

Ouverte depuis mai 2022, la Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin dispose de la capacité de se positionner sur ce même segment.

II) L'essentiel de l'activité 2022

II-1- Caractéristiques générales de la DSP

Objet	Exploitation du Parc des expositions et du Palais des congrès de Dijon
Nature	Contrat de Délégation de Service Public
Date d'effet	04/02/2019
Date d'échéance	31/12/2022
Avenant	Sans objet à ce jour

II-2- Les services et moyens humains

L'effectif de l'association est composé, au 31 décembre 2022, de 26 personnes (représentant 25.80 ETP (Equivalent Temps Plein)). Sa structuration est décrite dans l'organigramme fonctionnel ci-dessous :

Directions	Nombre de collaborateurs	Fonctions
Direction Générale	2	1 Directeur Général 1 Assistant de Direction
Service Commercial Congrès	2	1 Directeur commercial 1 Chargé de clientèle
Service Commercial Foires et Salons	4	1 Directeur commercial 1 Attaché commercial 1 Assistant commercial 1 secrétaire commercial
Service Technique	10	1 Directeur technique 1 Régisseur général 1 Dessinateur Concepteur 2 Chefs d'équipe 1 Technicien Son et audiovisuel 4 Techniciens d'exploitation
Direction Financière	3	1 Responsable comptable 1 Contrôleur de gestion 1 Comptable
Service Développement et Communication	1	1 Directeur du développement et de la communication
Service Événementiel	1	1 Responsable Événementiel

Service Marketing et digital	2	1 Responsable marketing et digital 1 Chargé de développement numérique et digital
Service QSE/Achats	1	1 Responsable QSE (qualité-sécurité-environnement) / Achats

- Le Directeur Général est secondé d'un assistant de Direction.
- Le Directeur Commercial « Congrès » (service commercial des manifestations accueillies : congrès, conventions, location d'espaces, etc...) est secondé par 1 personne :
 - Un chargé de clientèle dont la fonction est de gérer le planning des réservations ainsi que la logistique des événements accueillis sur le site, de l'inscription du client jusqu'à la facturation finale.
- Le Directeur Commercial « Foires et Salons » (service commercial des manifestations organisées) est assisté par trois collaborateurs pour les tâches de gestion commerciale, administrative et technique des exposants (prospection, envoi des dossiers d'inscription, gestion des dossiers, gestion de l'implantation des stands, gestion des commandes et facturation, suivi des prestations techniques (plans et descriptifs des aménagements), accueil des exposants, badges, règlements des factures, etc...) :
 - Un attaché commercial,
 - Un secrétaire commercial et un assistant commercial chargés du suivi des dossiers.
- Le Directeur Technique est assisté d'un régisseur général. Le service technique dispose d'équipes qualifiées et polyvalentes (dessinateur DAO, décorateur, peintres, menuisiers, plombiers, serruriers, caristes...) tant en ce qui concerne son activité congrès, spectacles, sonorisation, éclairage et vidéo que salons, foires, installation générale, création et réalisation de stands et aménagements d'espaces, et gestion technique des bâtiments, maintenance courante.
- Le service financier est composé :
 - D'un responsable comptable assisté d'un comptable,
 - D'un contrôleur de gestion.
- Le Directeur du Développement et de la Communication élabore, assure la mise en œuvre, le suivi et le contrôle des actions et plans de communication (promotion des manifestations internes et des équipements), gère les relations presse et contribue à la réflexion sur l'évolution des manifestations internes existantes et la création de nouvelles manifestations.
- Le Responsable Événementiel conçoit et met en œuvre les opérations nécessaires à la bonne réalisation de l'événement produit et assure sa gestion en mode projet.
- Le Responsable Marketing assure la conception et la mise en place de la stratégie marketing. A sa capacité d'analyser le marché et les besoins des clients, s'associe la facilité de se projeter dans l'avenir, la crise sanitaire actuelle accélérant les mutations (digitalisation, évolution des formats, durabilité...). Il assure également le soutien des services commerciaux et mène des opérations de marketing relationnel visant à fidéliser les clients. En appui, une collaboratrice est chargée du développement numérique et digital.

- Le Responsable QSE (qualité-sécurité-environnement) & Achats assure la coordination et le suivi de la conformité du système de management responsable, dans le cadre de la démarche développement durable de Dijon Congrexpo. Il assure le management de la chaîne d'approvisionnement et la mise en œuvre de la politique d'achats responsable auprès des fournisseurs dans le cadre du système de management responsable de Dijon Congrexpo.

Dans le souci d'augmenter ses compétences métiers, Dijon Congrexpo poursuit une politique de formation constante de ses collaborateurs. Par ailleurs, l'association fait appel pour l'ensemble de ses activités et de son fonctionnement à des prestataires extérieurs locaux qu'elle soumet à un étroit contrôle de leurs activités, hautement qualifiés en particulier dans les domaines de la sécurité, du gardiennage, de l'entretien des bâtiments, du nettoyage, du service de restauration / traiteur et de l'organisation d'événements.

II-3- Présentation des locaux

Le Parc des Expositions et Congrès de Dijon constitue un ensemble composé de 5 halls d'exposition de 800 à 12 000 m², un amphithéâtre de 610 places et 20 salles modulables de 20 à 600 places qui viennent compléter des espaces extérieurs permettant le stationnement partiel des organisateurs et exposants en période d'événement. Le site ne comporte en revanche pas de surfaces de stationnement pour les visiteurs qui ont à leur disposition un parking souterrain hors voirie payant de 582 places et des parkings aériens hors voirie, payants pour la plupart, situés dans un rayon de 900 m, pour un total de 2 500 places.

Malgré la forte incitation de Dijon Congrexpo à favoriser les accès en tram à ses manifestations (tickets combinés foire et tram...), il n'en reste pas moins que 50 % des visiteurs y accèdent en voiture.

Superficie des salles et des halls en m ²	
Salles	
Amphithéâtre Romanée Conti	550
Clos de Vougeot	550
Chambertin	760
Morey-St-Denis	200
Musigny	60
Pommard	60
Volnay	60
Santenay	70
Chablis	70
Meursault	40
Nuits-St-Georges	40
Corton	40
Mercurey	50
Saint Romain	50
Givry	40

Savigny-Les-Beaune	40
Beaune	40
Marc d'Or	40
Monthélie	40
Total Salles	2 800
Halls	
Hall 1 RDC	12 240
Hall 1 Galerie	1100
Hall 2 RDC	5800
Hall 2 Mezzanine	1200
Hall 2 Etage	5000
Hall des grands Echezaux	760
Total Halls	26 100
Total Salles + Halls	28 900
Superficie des extérieurs en m²	
Extérieur GDO bitume et 137 emplacements VL et 12 PMR tracés + 18 VL Poincaré	5 693 Hors surface Voie Pompiers sous auvent
Extérieur Nord drainant et 71 places VL et 2 PMR possibles non tracées	1 800 Hors Voie Pompiers
Extérieur Ouest drainant et 31 places VL 1 PL et 2 PMR possibles non tracées	9 70 Hors Voie Pompiers
TOTAL Extérieurs	8 463

Quelle que soit sa capacité d'accueil, chaque salle bénéficie des installations les plus modernes en termes d'image et de son.

Le principal atout de l'équipement réside dans sa polyvalence. Avec ses multiples possibilités d'agencement, le Parc des Expositions et Congrès de Dijon s'adapte à toutes les manifestations pour faire de chacune d'elles un événement personnalisé, sur mesure.
Cf. Annexe 1.

La vétusté des locaux, principalement des halls du parc des expositions, appelle la réalisation de travaux conséquents (Annexe 14 du contrat de DSP) afin notamment de réparer les désordres récurrents constatés et portés à la connaissance du délégant.

L'expertise réalisée en 2021 par Monsieur Daniel LOURD expert nommé par le Tribunal Administratif de Dijon a déterminé et chiffré les travaux nécessaires à la mise en conformité du Parc des Expositions et du Palais des Congrès face à la pandémie de Covid19.

Les travaux à entreprendre pour répondre aux normes et prescriptions réglementaires pour faire face à l'épidémie ont été énumérés et chiffrés par Monsieur l'expert. Ils concernent le traitement de l'air et les sanitaires.

Afin d'assurer la tenue de la Foire dans des conditions sanitaires conformes à la réglementation, des installations de ventilation provisoires ont été mises en place par la ville ainsi que des points d'eau supplémentaires pour les éditions 2021 et 2022 de la foire.

La consultation relative à l'exploitation du Parc des Expositions et du Palais des Congrès publiée en décembre 2021 spécifiait la nécessité d'importants travaux de rénovation sur les espaces dédiés à l'activité du Parc des Expositions, notamment le hall 1. Les investissements estimés à 42 M€ HT en juin 2022 étant financés par la Ville de Dijon.

Dans le cadre de la procédure d'appel d'offre, la Ville a également transmis aux candidats un Etat du bâti réalisé par le cabinet B27 faisant état des travaux de mise aux normes et réfection des installations à réaliser.

II-4- Vocation des équipements délégués

II-4-1-Vocation économique et territoriale des équipements délégués

1^{er} site événementiel de Bourgogne-Franche-Comté en termes de nombre de manifestations et de visiteurs accueillis, Dijon Congrexpo génère par son activité de considérables retombées financières pour l'économie locale tout en contribuant par les succès enregistrés et la diversité d'origine géographique des publics reçus, à l'accroissement du rayonnement et de la notoriété de la ville, du département et de la région, tant en France qu'à l'étranger, soit plus de 20 millions d'euros de retombées économiques directes (production événementielle) et indirectes (accueil touristique) en 2019 (dernière année représentative complète avant pandémie)

II-4-2-Vocation des équipements délégués et offres de service

II-4-2-1-Manifestations accueillies

Le Parc des expositions et congrès accueille une large gamme de manifestations, des congrès internationaux aux salons organisés par des tiers en passant par des conventions d'entreprises, des expositions, des spectacles et des événements divers.

De la location d'espace à l'organisation complète de l'événement, Dijon Congrexpo propose à travers une offre de services très diversifiés des solutions sur mesure et personnalisées à ses clients :

- Réalisation ou validation de plans d'exposition,

- Réalisation du dossier technique d'exposant,
- Installation générale de l'exposition par une équipe technique intégrée, avec les structures appartenant à Dijon Congrexpo,
- Gestion de l'hébergement et des déplacements des congressistes,
- Restauration,
- Prestations audio-visuelles et informatiques (son, vidéo, captation d'image, diffusion en réseau, interprétation simultanée, wifi par fibre optique haut-débit, etc...),
- Prestations numériques,
- Sécurité de l'événement (dossier de sécurité incendie, SSIAP, gardiennage),
- Personnel d'accueil et de vestiaires,
- Organisation des soirées et des animations,
- Décoration florale, cadeaux.

II-4-2-2-Manifestations organisées

Dijon Congrexpo organise 4 événements de manière récurrente et complète :

La Foire Internationale et Gastronomique, classée 4^e foire de France.



Le salon de l'Habitat – Jardin – Déco qui rassemble des professionnels de l'aménagement **intérieur et extérieur**, de la rénovation et de la décoration.



Vélo & Co, dont la 2^{ème} édition s'est tenue en 2022, consacré au vélo sous toutes ses formes et toutes ses pratiques.



Florissimo, exposition-spectacle de plantes et fleurs des cinq continents, qui a lieu tous les 5 ans. Programmée en 2020, la 11^e édition a été reportée « sine die » du fait de l'incertitude liée aux conséquences de la pandémie et aux importants délais d'organisation d'un événement de cette envergure (2 années minimum)



Bière et gastronomie, Pour cette 1^e édition entièrement dédiée à l'univers de la bière et à la gastronomie dans la région, BIERE & GASTRONOMIE a réuni une sélection de brasseurs régionaux, nationaux et étrangers ainsi qu'une offre de produits gourmands dérivés ou à base de bière.

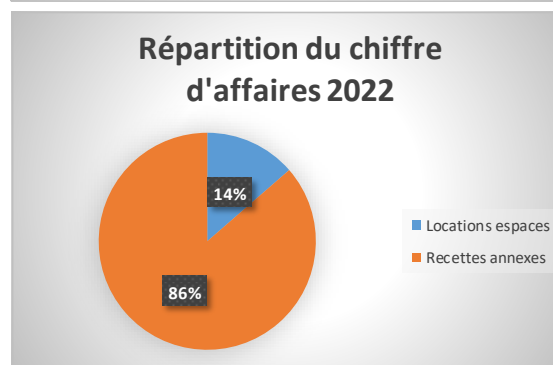
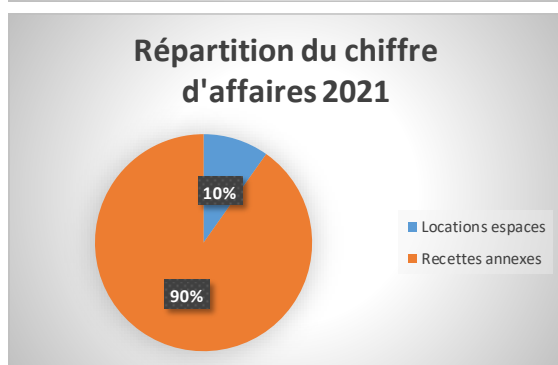
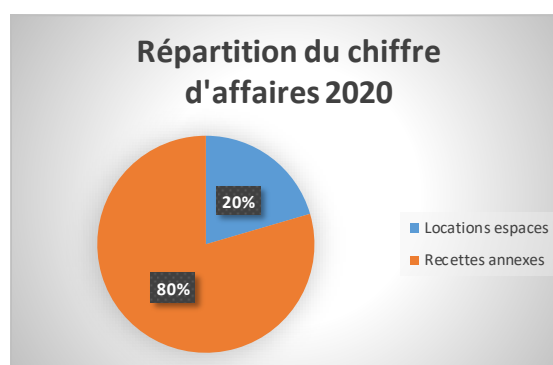
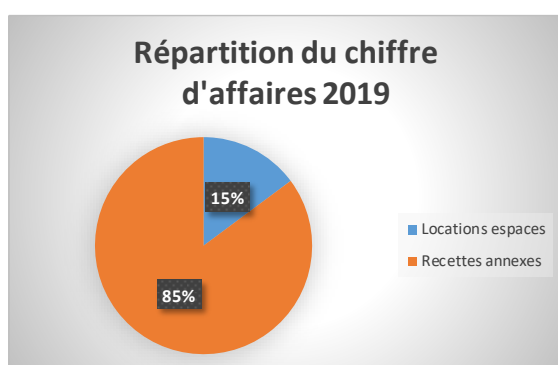


A cette occasion, Dijon Congrexpo assure les prestations de :

- Prospection d'exposants,
- Commercialisation de stands équipés,
- Installation générale,
- Communication de l'événement,
- Gestion des entrées,
- Sécurité des exposants et des visiteurs.

II-5- Essentiel de l'activité 2022 et faits marquants

	2019 du 04/02 au 31/12	2020	2021	2022	Variation 2020/2019	Variation 2021/2020	Variation 2022/2021
Locations espaces	1 211 317	273 488	385 922	820 123	-77%	41%	113%
Recettes annexes	6 961 044	1 062 089	3 555 993	5 206 470	-85%	x3,35	46%
Total	8 172 362	1 335 577	3 941 914	6 026 593	-84%	x2,95	53%



II-5-1-Une année sous le signe de la reprise

Après 2 années lourdement impactées par la crise sanitaire, **l'activité du palais des congrès** a repris dans de très bonnes conditions à compter de mars 2022.

Le nombre de journées congressistes s'élève pour 2022 à 15 040 et les retombées économiques indirectes sont évaluées à plus de 3 200 K€.

Le nombre de manifestations accueillies est de 147 en 2022 dont :

- 19 congrès nationaux et internationaux
- 35 AG ou conventions d'entreprises
- 19 salons et expositions

Le nombre de jours d'occupation est de 159 en 2022 vs 196 en 2019.

S'agissant des manifestations organisées par Dijon Congrexpo, les manifestations suivantes se sont tenues :

- Salon de l'Habitat – Jardin & Déco – 4-7 mars 2022
- Le salon « Bien vieillir en Côte d'Or » 07 et 08 avril 2022
- La 1^{ère} édition du Salon Bière & Gastronomie -4 – 6 juin 2022
- La 2^{ème} Salon Vélo & Co – 16-18 septembre 2022
- La Foire internationale et gastronomique – 1^e – 13 novembre 2022

A noter que les désordres relatifs à la galerie Nord du Hall 1 (chute d'un hourdi lors de la foire 2021) n'ayant pas été traités, il a été décidé de ne pas exploiter la galerie Nord pour l'édition 2022 de la foire occasionnant un manque à gagner et l'insatisfaction des exposants concernés.

II-5-2-Une politique d'innovation et de modernisation volontariste

L'année 2022 a marqué un retour à une activité normale dans le secteur événementiel avec la reprise du présentiel. Mais les 2 années de pandémie ont changé durablement le visage des événements. De nouveaux formats, des attentes de participants qui ont évolué, l'émergence des outils digitaux.

Nous avons pris en compte les deux grandes tendances du secteur de l'événementiel : les changements de formats accompagnés de nouvelles solutions digitales ainsi qu'un engagement plus poussé vers le développement durable.

Preuve de son agilité, Dijon Congrexpo a mis à profit la période du Covid 19 pour repenser son métier et ses événements en prenant le virage du numérique.

C'est ainsi que dès la mi-2020, un projet vital a vu le jour afin d'assurer la pérennité de l'activité mais aussi de s'adapter aux nouveaux modes de consommation : la digitalisation des événements à travers la plateforme CONNECT'EVENTS.

Depuis cette date, tous les événements organisés par Dijon Congrexpo l'ont été au format hybride.

Précurseur dans ce domaine, Dijon Congrexpo continue de faire évoluer sa solution dans une démarche d'amélioration constante.

II-5-2-1-Démarche qualité

L'obtention le 1^{er} avril 2020 de la certification ISO 20121 est venu apporter une petite touche positive au bilan de ces années catastrophiques en termes d'activité.

Le parc des expositions et des congrès est devenu ainsi le 1^{er} site certifié en Bourgogne-Franche-Comté et rejoint le club des destinations labellisées que sont notamment Biarritz, Cannes, Deauville, Lyon, Marseille, Metz, Nancy, Nantes, Rennes et Tours.

Nous notons une véritable envie de se tourner vers la problématique RSE par les professionnels et organisateurs d'événements. Notre implantation dans ce changement est totale ainsi que celle de nos prestations avec la favorisation des circuits courts.

La crise sanitaire a également accéléré la donne dans le positionnement du tourisme d'affaire par rapport au développement durable. Aujourd'hui, la dimension durable fait partie intégrante du processus de décision. Un organisateur va choisir sa destination pour son attractivité, sa capacité d'accueil, ses facilités de transport mais aussi pour son engagement en matière de respect de l'environnement.

Dijon Congrexpo dispose là de deux atouts capitaux et différenciant par rapport à ses concurrents :

- premier acteur événementiel certifié ISO 20121 dans la région (2020)
- première association à choisir le statut d'entreprise à mission. Un statut choisi par des sociétés qui souhaitent conjuguer performance et engagements sociaux et environnementaux
- des engagements soumis dans ce cadre à un double contrôle : l'encadrement par un référent de mission et l'évaluation des résultats par un Organisme Tiers Indépendant (OTI)

II-5-2-2-Modernisation des installations

La consultation relative à l'exploitation du Parc des Expositions et du Palais des Congrès publiée en décembre 2021 spécifiait la nécessité d'importants travaux de rénovation sur les espaces dédiés à l'activité du Parc des Expositions, notamment le hall 1. Les investissements estimés à 42 M€ HT en juin 2022 étant financés par la Ville de Dijon.

Dans le cadre de la procédure d'appel d'offre, la Ville a également transmis aux candidats un Etat du bâti réalisé par le cabinet B27 faisant état des travaux de mise aux normes et réfection des installations à réaliser.

II-5-2-3-Communication – Transformation digitale

Dijon Congrexpo a poursuivi en 2022 sa stratégie de développement des réseaux sociaux et d'animation de ses communautés, notamment avec la création :

- D'une page Facebook et d'un compte Instagram pour le salon Bière et Gastronomie hybride.
- D'une page Facebook et d'un compte Instagram « corporate » de Dijon Congrexpo.

Les pages Facebook et Instagram de Dijon Congrexpo sont destinées aux partenaires et au grand public.

Dijon Congrexpo continue à décliner un plan d'action sur les réseaux sociaux afin d'intensifier sa communication auprès de ses contacts et de ses communautés.

- Une page LinkedIn «corporate» optimisée, travaillée et alimentée

La page LinkedIn de Dijon Congrexpo a été régulièrement alimentée avec toutes les actualités courant 2022 et a été retravaillée en collaboration avec une agence spécialisée afin de la rendre plus visible et de la dynamiser.

Une rubrique « Témoignages clients » (et autres parties prenantes) » a été créée sur la page LinkedIn de Dijon Congrexpo.

Une stratégie de contenu y compris le planning éditorial a été mise en place au fur et à mesure.

Plateformes digitales, E-mailing, Newsletters, Landing Page pour le sondage visiteurs

La transformation digitale de Dijon Congrexpo a été poursuivie.

Dijon Congrexpo a créé en 2021 « CONNECT'EVENTS », outil d'organisation d'événements virtuels et hybrides (= plateforme technologique) permettant notamment d'organiser des événements (foires, salons) ; différentes manifestations ont permis de lancer puis d'améliorer l'outil :

- salon de l'habitat hybride (mars 2022) : 12 732 visites
- Salon bière et gastronomie (1^e édition-hybride-juin 2022) 3 066 visites
- salon vélo & co (2^e édition-hybride-septembre 2022) : 1 156 visites
- la foire internationale et gastronomique (novembre 2022) : 35 075 visites

Utilisation de l'e-mailing, **l'une des techniques les plus puissantes** en marketing digital avec les Newsletters en nouveau format plus pertinent.

Informations sur les actualités de Dijon Congrexpo et sur les manifestations autoproduites.

- ⇒ Total d'envois : 21
- ⇒ Total destinataires : 145 571
- ⇒ Total ouverture : 33 986
- ⇒ Total clics 4 701

Landing Page spéciale pour les questionnaires/sondages

La création d'une page d'atterrissage pour le sondage des visiteurs de la Foire Internationale et Gastronomique de Dijon (novembre 2022). Il est prévu de réutiliser cette page d'atterrissage pendant 1 an sur d'autres manifestations autoproduites.

II-5-2-4-Organisation interne – Management

Notre organisation interne a été adaptée afin de répondre aux enjeux stratégiques de reprise de l'activité après Covid et de préparation de notre réponse à l'appel d'offre de renouvellement de la DSP.

Les équipes se sont mobilisées et la contribution des différents services a permis de produire une offre solide et garante du respect des intérêts de la Collectivité.

III) Les clients du service et leur satisfaction

III-1- Détail des manifestations accueillies en 2022

Dans un contexte de reprise de l'activité, Dijon Congrexpo a accueilli 147 événements.

35 événements d'entreprise : Ces réunions sont organisées par ou pour une entreprise dans un but interne ou externe et sont de trois types : événements internes), événements commerciaux et marketing (lancements de produits, défilés de mode, remises de prix, conférences de presse...) et assemblées générales pour un total de **10 859 participants**.

27 congrès : Toute manifestation organisée par des associations professionnelles, sociétés savantes, pouvoirs publics, organisations internationales intergouvernementales, sans but commercial et permettant à des participants d'horizons variés de se rencontrer et d'échanger des informations. Parfois une zone d'exposition louée au site par le client permet aux participants de rencontrer d'éventuels fournisseurs pour un total de **7 490 congressistes**.

19 salons grand public et professionnels : Dédiés à une catégorie de produits ou à un secteur d'activité spécifique, ils s'adressent au grand public ou aux professionnels et offrent, dans une unité de lieu et de temps, toutes les composantes de l'offre d'un marché donné pour un total de **6 056 visiteurs**.

46 autres événements : Réunions politiques ouvertes au public, assemblées de copropriétaires, réunions ou manifestations organisées par une structure ou un groupe de personnes pour ses propres besoins : réceptions, vœux, bals... pour un total de **13 573 participants**.

12 formations- examens-concours pour un total de **2 556 participants**.

7 spectacles pour un total de **3 500 personnes**.

III-2- Détail des manifestations organisées en 2022

Salon de l'Habitat – Jardin & Déco : 4 - 7 mars 2022

En présentant une offre variée et de qualité, faisant la part belle cette année aux produits innovants, d'origine naturelle ou écoresponsables, le salon de l'Habitat – Jardin & Déco 2022 qui a accueilli 16 000 visiteurs en cumulé présentiel et digital a incontestablement retrouvé ses marques et affiché une dynamique de reprise, sans doute renforcée par la gratuité de l'entrée mise en place à titre exceptionnel cette année.



Construire, aménager, décorer, rénover : le salon a confirmé son attractivité et sa spécificité, offrant une qualité de mise en relation très ciblée avec des professionnels locaux et sélectionnés dans le secteur de la maison.

La majorité des exposants présents se sont dans l'ensemble déclarés satisfaits de leur participation, soulignant notamment le caractère essentiel et irremplaçable du maintien de la rencontre physique avec leurs clients et les porteurs de projet.

Les différentes animations, conférences et ateliers qui proposaient de nombreuses nouveautés ont été très suivis par les visiteurs, confirmant leur vocation de complément indispensable à l'exposition commerciale.

Salon des seniors

Directement à l'initiative de la création de ce salon en 2014, Dijon Congrexpo est chargé de sa commercialisation par l'organisateur, le Conseil départemental de la Côte d'Or.

La 7^e édition du salon s'est tenue les 07 et 08 avril 2022 après deux ans d'absence liées à la crise sanitaire.

Dans un département qui compte environ 130 000 personnes âgées de plus de 60 ans, ce salon trouve toute sa raison d'être comme en témoignent les plus de 10 000 visiteurs accueillis et les 110 exposants présents.

Salon Bière & Gastronomie : 4 – 6 juin 2022

Pour cette 1^{ère} édition entièrement dédiée à l'univers de la bière et à la gastronomie dans la région, BIERE & GASTRONOMIE a bénéficié de la participation d'une marraine prestigieuse, Elisabeth PIERRE, zythologue experte, formatrice, fondatrice de la revue *Bières & Mets* et auteure de nombreux ouvrages sur la bière.

BIERE & GASTRONOMIE a réuni une sélection de brasseurs régionaux, nationaux et étrangers ainsi qu'une offre de produits gourmands dérivés ou à base de bière.

Parmi les nombreuses animations, le savoir-faire des brasseurs, l'art de la dégustation, les accords « mets et bières », la cuisine à la bière avec la présence de chefs cuisiniers locaux ont tout particulièrement été mis à l'honneur.

La dimension festive était également présente : les visiteurs ont également pu assister à des concerts lors des deux nocturnes.



Salon Vélo & Co : 16 - 18 septembre 2022

Pour cette 2^{ème} édition, les marques représentatives de l'univers du cycle plus nombreuses qu'en 2021 ont pu présenter au grand public leurs dernières nouveautés pendant 2 jours et demi et ont rencontré le succès.

Entre innovations technologiques révolutionnant le quotidien des pratiquants ponctuels ou passionnés, Vélo & Co a visiblement répondu à l'intérêt des quelque 5000 visiteurs qui ont arpenté les allées du salon.

Grande première 2022, la bourse aux vélos d'occasion organisée par l'ASPTT Dijon a été une vraie réussite, permettant à une centaine de vélos sur les deux cents proposés à l'ouverture de trouver preneur.

Entièrement renouvelé, le programmes d'animations proposé a été très apprécié et les shows très spectaculaires ont procuré de belles émotions au public. Les différents ateliers d'initiation et les expositions toujours très prisés, ont, quant à eux, ravi petits et grands.



Foire internationale et gastronomique : 1^e – 13 novembre 2022

Avec 120 000 visiteurs, l'édition 2022 de la Foire a enregistré une hausse de fréquentation de l'ordre de 6% par rapport à 2021.

Surtout, au-delà de sa dimension commerciale, la Foire a une nouvelle fois été conforme aux valeurs portées depuis toujours par Dijon Congrexpo, privilégiant la satisfaction des besoins de la communauté ; à l'image de la

Scène des Chefs animée par l'Amicale des Cuisiniers de Côte d'Or qui a tout au long des 13 jours de foire rempli avec brio sa mission de valorisation et de promotion des métiers de bouche, de l'hôtellerie et de la restauration.



En même temps, la foire joue un rôle social en offrant une vitrine aux associations en quête de visibilité, comme ce fut le cas cette année pour la Banque Alimentaire de Bourgogne.

Pour les visiteurs, comme pour la majorité des exposants, le plaisir de se retrouver était palpable dans les allées et la convivialité a une nouvelle fois été au rendez-vous, démontrant l'attachement et la fidélité des uns et des autres à cette institution dijonnaise.

La plateforme digitale de la foire a, quant à elle accueilli 35 000 visiteurs

III-3- Enquêtes de satisfaction en 2022

La satisfaction des clients est mesurée à l'aide de questionnaires et d'enquêtes qui se répartissent en trois catégories : un questionnaire systématique à destination des clients (organisateurs) des événements accueillis, un questionnaire également systématique pour les clients (exposants) des événements organisés ainsi qu'une enquête effectuée à intervalles réguliers auprès des clients (visiteurs) de ces mêmes événements.

III-3-1-Manifestations accueillies

Rappel de la méthodologie :

Un questionnaire de satisfaction est adressé aux clients avec leur facture à l'issue de la manifestation, ce qui représente entre 150 et 180 questionnaires par an.

Le questionnaire se décompose en 6 items qui eux-mêmes se décomposent en sous-items faisant l'objet d'une notation de 1 à 10 ; à l'issue de chaque item, le client a la possibilité d'ajouter ses commentaires :

- Perception globale et points à améliorer en priorité,
- Préparation de la manifestation (12 sous-items),
- Relations avec le personnel au cours de la manifestation (6 sous-items),
- Qualité des prestations, y compris celles qui n'ont pas été gérées par Dijon Congrexpo (8 sous-items),
- Signalétique – Locaux (4 sous-items),
- Relations contractuelles (3 sous-items).

En 2022 une centaine de questionnaires a été envoyée, seuls 15 questionnaires nous ont été retournés, soit environ 15% de retour ; certains clients ayant préféré faire avec nous un débriefing oral de leur manifestation.

Trois critères sont analysés de façon prioritaire :

- La note de satisfaction globale : 9.38/10 pour 2021
- La note de rapport qualité/prix : 8.88/10 pour 2021
- Les commentaires principaux des clients.

Parmi les critiques émises en 2022 :

- Essentiellement un manque de clarté et un problème de chauffage au niveau des halls du Parc des Expositions.

III-3-2-Manifestations organisées

3.3.2.1 Les clients – exposants.

Des enquêtes de satisfaction sont réalisées auprès des exposants chaque année, à l'occasion de chaque manifestation.

Les objectifs des questionnaires :

- Identifier les sources de satisfaction et d'insatisfaction à travers le questionnaire dans une optique d'amélioration continue,
- S'assurer de l'adéquation entre l'offre et les attentes des exposants,

- Analyser les motivations ou les freins à la participation,
- Suivre dans le temps l'évolution de la satisfaction des exposants,
- Suivre l'évolution de la perception d'un service proposé,
- Connaître l'image véhiculée par Dijon Congrexpo,
- Améliorer la qualité de nos services,
- Optimiser la prise de décision en fonction des feedbacks clients. L'analyse des résultats permet de prioriser et hiérarchiser les actions,
- Améliorer l'écoute du client et l'anticipation de ses besoins et de ses attentes,
- Augmenter le chiffre d'affaires en augmentant la satisfaction client,
- Anticiper les attentes et les évolutions du marché,
- Préparer les prochaines éditions qui devront mieux répondre aux attentes du client.

La méthode, les modalités de réalisation :

Les entretiens oraux :

- En face-à-face, méthode la plus souple permettant de poser un grand nombre de questions et compléter les réponses par des observations sur les réactions non verbales.

Le choix des interlocuteurs s'effectue par échantillonnage aléatoire à raison de plusieurs exposants dans chaque univers présent. L'entretien est réalisé sur le stand par le service marketing

Exemple : Salon de l'Habitat, Déco & Jardin, du 04 au 07 mars 2022.

Nombre total d'exposants : 79 répartis dans 4 univers.

Echantillon choisi : 40 exposants soit 50% du total ; 10 exposants par univers

Le Service Marketing analyse le retour d'expérience partagé lors de la réunion post-événement pour ensuite planifier des actions nécessaires dans le cadre de l'amélioration continue.

- Par téléphone qui offre la possibilité d'obtenir des réponses en cas non-retour du questionnaire envoyé par internet ou de recueillir des précisions sur les réponses.

Exemple : Bière et Gastronomie, du 4 au 6 juin 2022.

- *Le questionnaire a été rempli par le service marketing lors des entretiens oraux sur le stand avec l'exposant.*
- Ce procédé a permis de compléter les réponses par des observations sur les réactions non verbales.
- Nombre total d'exposants : 21 répartis principalement dans 3 univers (Bière (brasserie) ; Produits alimentaires ; Restauration)
- Nombre de réponses obtenues : 19 exposants soit 90% du total

Le Service Marketing fait une 1^{re} retour d'expérience partagé lors de la réunion post-événement.

Ensuite a procédé au calcul du taux de satisfaction et analyse détaillé, lequel il partage avec les autres services pour ensuite planifier des actions nécessaires dans le cadre de l'amélioration continue.

Le questionnaire envoyé par internet via e-mailing ou courriel personnalisé

Ses avantages :

- Méthode la moins coûteuse,
- Délais de mise en œuvre rapides,
- Disponibilité de l'enquête : les exposants peuvent répondre quand ils le souhaitent,
- Suivi en temps réel de la participation et des résultats,
- Absence de saisie des données à la clôture du questionnaire,
- Permet la dispersion géographique des répondants,
- Permet de recueillir les réponses de la plupart des participants de la manifestation visée (et non un échantillon).

La structure du questionnaire :

Elle se compose de plusieurs parties :

- Informations sur l'entreprise (produits, effectif)
- Satisfaction globale
- Satisfaction du programme d'animations
- RSE (tri des déchets)
- Satisfaction de l'exposant et objectifs futurs (fréquentation, enjeux, priorités)
- Communication digitale de l'exposant et de la foire (moyens digitaux de l'exposant, site internet de la Foire, plateforme de la Foire, fiche exposant)

Ces parties se décomposent en sous-thèmes.

Plusieurs types de questions sont posés afin de recueillir des réponses qualitatives, quantitatives, des remarques, des commentaires, des axes d'améliorations, des idées, des opportunités :

- La question fermée à choix unique,
- La question fermée à choix multiples,
- La question ouverte quand l'exposant peut répondre en choisissant ses propres termes
- Les échelles (ex : sur une échelle de 1 à 10 noter votre avis).

Le questionnaire est volontairement réduit à des questions prioritaires, mobilisant un temps de réponse d'environ 5-7 minutes.

L'analyse des résultats :

Le rapport d'ensemble permet d'avoir un premier degré d'analyse déjà très riche en enseignements.

Le questionnaire de satisfaction permet d'améliorer l'écoute du client et l'anticipation de ses besoins et de ses attentes ainsi que de détailler les forces et faiblesses pour orienter les plans d'action : faire un bilan de l'action et repérer les axes d'amélioration à mettre en œuvre.

Le bilan permet son intégration dans un dispositif d'amélioration continue du service.

Nous effectuons le retour d'expérience partagé pour ensuite planifier des actions nécessaires dans le cadre de l'amélioration continue.

L'étude et le bilan des questionnaires font l'objet d'un partage avec les autres services de Dijon Congrexpo, afin de construire des stratégies, de nouveaux produits à proposer aux clients et bien sûr d'améliorer la satisfaction globale des exposants.

Les études de satisfaction réalisées renseignent sur les améliorations prioritaires à mettre en œuvre et les attentes des exposants. Ces résultats permettent la mise en perspective avec deux autres facteurs : la faisabilité technique des demandes et leur coût. Cela permet de fixer des engagements de service adéquats.

Le traitement des réclamations :

Les réclamations émises par les exposants sont recensées et traitées comme non-conformités dans le cadre de notre démarche qualité ISO 20121.

3.3.2.2 Les clients – visiteurs.

Afin d'améliorer l'offre de nos salons et bien préparer nos prochains rendez-vous, nous effectuons des enquêtes de satisfaction et ainsi que des sondages oraux auprès nos visiteurs.

Les objectifs des questionnaires :

- Mieux connaître notre visiteur (âge, provenance géographique etc.),
- Comprendre leurs objectifs en venant au salon,
- Comprendre si les nouveaux services et/ou animations les intéressent,
- Améliorer la qualité de nos services,
- Améliorer l'écoute du visiteur et l'anticipation de ces besoins et de ses attentes,
- Connaître quel(s) autre(s) type(s) de contenu(s) souhaite voir notre visiteur lors d'une prochaine édition (nouveaux secteurs/produits, conférences, ateliers...) ?
- Analyser les motivations ou les freins à la participation de l'événement,
- Connaître l'image véhiculée par l'événement,
- Préparer les prochaines éditions qui devront mieux répondre aux attentes de notre visiteur.

La méthode, les modalités de réalisation :

Nous cumulon plusieurs méthodes :

Les entretiens oraux :

Le face-à-face est la méthode la plus souple permettant de poser un grand nombre de questions et compléter les réponses par des observations sur les réactions non verbales.

Cette méthode permet recueillir non seulement les réponses concrètes mais également comprendre les émotions procurées par nos événements ce qui est un des points essentiels pour l'évènementiel.

Exemple : Le sondage des visiteurs de la FIG 2022 a été réalisé dans le cadre de la stratégie de Dijon Congrexpo afin de comprendre et d'analyser le profil et le comportement de ses visiteurs :

- apporter une attention particulière à leurs **besoins, attentes et envies**
- maintenir à l'avenir ce que le visiteur a envie de vivre à la Foire
- construire une offre qui va convenir au mieux à nos visiteurs en répondant à leurs besoins (et de manière rentable pour nous).

1. Informations clés de réalisation du sondage :

- 1236 personnes ont répondu au sondage du 1 au 13 novembre 2022
- 16 questions (rubriques)
- Temps par personne en moyen pour terminer toutes les réponses : 05'19
- L'administration du sondage-questionnaire a été réalisé via plusieurs canaux :
 - Face-à-face par les hôtesse et les étudiants du Lycée St-Bénigne (dans le cadre de partenariat)
 - Réseaux sociaux
 - Affichage dans la Foire – QR code

2. Analyse :

Taux de satisfaction : l'échantillon du sondage a permis de relever le taux de satisfaction de nos visiteurs 73 %, un bon résultat pour un événement grand public d'une telle ampleur.

Le « profil » de notre visiteur : environ 30 % de nos visiteurs ont plus de 60 ans. Une répartition homogène 40 et 60 ans ainsi qu'en entre 20 et 30. Par contre on observe une baisse de visiteurs âgés de 30 à 40 ans ainsi que moins de 20 ans.

43 % de nos visiteurs viennent de Dijon Métropole et de part égale du Département de la Côte-d'Or et de la Région BFC.

Nous avons les visiteurs fidèles et attachés à la Foire, ce qui est confirmé par 42 % du public qui revient tous les ans ainsi que 23 % des visiteurs qui sont revenu plus de 3 fois et enfin les 15 % qui sont venus pour la 1^{ère} fois compte y revenir.

Cet événement reste un rendez-vous annuel incontournable pour se retrouver, passer un bon moment ensemble, déguster et découvrir.

Nos visiteurs expriment leurs envies à travers leur parcours « d'achats ».

27.8 % des visiteurs n'ont pas fait d'achats. Cet indicateur confirme qu'environ 1/3 des visiteurs viennent se promener et passer un bon moment.

72.2 % des visiteurs ont fait des achats et la gastronomie est l'univers préféré de nos visiteurs (50% d'achats se réalisent dans cet univers).

Les univers de Hall 2 Etage : la beauté/bien-être ; artisanat/prêt-à-porter ; Mode / Loisirs / Services / Cuisines se partagent avec le même taux d'achats.

En revanche on constate moins d'intérêt pour l'univers de « Habitat/Bricolage/Equipment ménager » et encore moins pour le Hall 2 RDC - Ameublement.

Les visiteurs les expriment également à travers leurs indications d'améliorations.

23.3 % des visiteurs expriment le besoin d'améliorer les animations ce qui se confirme encore une fois avec les 26.2 % qui rêvent de nouvelles animations.

17.3% des visiteurs ont besoin d'avoir plus de confort (l'aération, les places assises, le bracelet pour pouvoir sortir et revenir etc. – voir Annexe 3.

Les visiteurs souhaiteraient également améliorer notre offre au niveau des exposants (16.8%) et l'offre commerciale (15.4 %) ce qui se confirme avec les 35.4 % des visiteurs qui aimeraient avoir des nouveaux exposants.

Les habitudes amènent la fidélité ainsi les 16.4 % des visiteurs souhaiteraient améliorer le thème de la Foire.

La signalétique des stands est demandée d'être améliorée sachant que les visiteurs expriment également le souhait d'avoir un grand plan des exposants affiché dans la Foire.

L'analyse et partage du bilan avec l'équipe permettent de réfléchir sur les nouveaux axes de développement.

Le questionnaire envoyé par internet via e-mailing ou courrier :

C'est un instrument souple du fait de la clarté des questions pouvant être posées.

Nous utilisons notre base de données de la Billetterie qui existe pour chaque événement autoproduit.

Les interactions via les Réseaux Sociaux :

- Sondage
- Questions ouvertes ou fermées

La satisfaction de notre visiteur dépend de la performance perçue lors de sa visite à un de nos événements et de ses attentes préalables. Les enquêtes et sondages effectués nous permettent de repérer attentes et résistances, d'approfondir les perceptions, de tester des idées d'amélioration produites dans le 1er temps mais également de chercher des axes de développement et d'amélioration.

Les réclamations transmises directement par les visiteurs à Dijon Congrexpo (y compris vis Réseaux Sociaux) en qualité d'organisateur font l'objet de réponses systématiques de la part de la direction.

III-4- La démarche qualité

La satisfaction des parties prenantes passe par la prise en compte et la gestion des non-conformités émises dans le cadre des activités de Dijon Congrexpo. La procédure « GESTION DES NON CONFORMITES », Cf. Annexe 2, décrit l'organisation que Dijon Congrexpo a mis en place pour s'assurer que l'ensemble des non-conformités émises soient prises en compte et traitées.

La reprise de l'activité à la suite des fermetures administratives liées à la crise sanitaire a eu pour conséquence une augmentation des remontées de non-conformités par les parties prenantes.

Remontées de non-conformités :

		NON CONFORMITES	NON CONFORMITES liées au manifestations internes	NON CONFORMITES liées au site	TOTAL
2019	Nb de non-conformités relevées	45	385	121	665
	% de non conformités traitées	93%	82%	100%	
	Nb d'actions correctives	5	0	-	
2020	Nb de non-conformités relevées	6	22	48	76
	% de non conformités traitées	33%	86%	100%	
	Nb d'actions correctives	0	0	0	
2021	Nb de non-conformités relevées	4	143	19	166
	% de non conformités traitées	100%	100%	100%	
	Nb d'actions correctives	0	0	0	
2022	Nb de non-conformités relevées	13	153	45	211
	% de non conformités traitées	100%	100%	100%	
	Nb d'actions correctives	1	0	0	

III-4-1-Suivi général des non-conformités

La Responsable Qualité est en charge de la collecte des non-conformités. Celles-ci sont traitées et revues périodiquement avec les responsables concernés. Si nécessaire, des actions sont planifiées.

13 non-conformités relevées

100 % des non-conformités traitées immédiatement

1 action corrective planifiée

III-4-2-Suivi des non-conformités liées aux manifestations internes

A l'occasion des manifestations organisées en interne, les non-conformités relevées par les parties prenantes ainsi que leur traitement sont recensées et revues en réunion de suivi de projet. Si nécessaire, des actions correctives sont planifiées.



153 non-conformités relevées

100 % des non-conformités traitées immédiatement

0 action corrective planifiée

III-4-2-1-Services Dijon Congrexpo

SERVICES DIJON CONGREXPO		MODE DE TRANSMISSION DES NC
COMMERCIAL		par mail
TECHNIQUE	Directeur Technique	par mail
	Techniciens	Par l'intermédiaire des techniciens– échanges oraux
FINANCIER	Guichetiers	Fiche « relevé des NC » : 1 fiche par personne et par jour La fiche est transmise à la Resp Qualité
	Assistante de Direction	Transmission par mail des mails visiteurs Transmission des NC par mail au fur et à mesure
	Comptabilité	Transmission par mail des NC
COMMUNICATION – ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS - MARKETING		Bilan en fin de manifestations

III-4-2-2-Prestataires

PRESTATAIRES	MODE DE RELEVÉ
SIG(gardiennage / SSIAP)	Main courante
GUERET (Chargé de sécurité)	Main courante et Echanges oraux avec le Chargé de Sécurité
SERENA (Nettoyage)	Echanges oraux avec Responsable site
DEMONGEOT (Service électrique)	Echanges oraux + bilan en fin de manifestation Transmission à la Resp Qualité

III-4-3- Suivi des non-conformités liées au site

Les non-conformités liées au site relevées par les parties prenantes ainsi que leur traitement sont recensées et revues en réunion de revue de processus. Si nécessaire, des actions correctives sont planifiées.

45 non-conformités relevées

100 % des non-conformités traitées immédiatement

0 action corrective planifiée

IV) Le développement des manifestations, activités

L'ensemble des propositions qui figurent dans les développements ci-après ont été élaborées dans le cadre de l'offre construite pour le renouvellement de la DSP.

IV-1-Nos axes majeurs de développement

- **Construction d'une offre de qualité, diversifiée et innovante**, s'appuyant sur le dynamisme des filières d'excellence locales ;
- **Création de manifestations structurantes en partenariat** avec les collectivités territoriales, les chambres consulaires, les associations et syndicats professionnels, les entreprises :
 - ETATS GENERAUX DE L'ALIMENTATION DU FUTUR
 - SALON MADE IN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE
 - SALON DE L'APPRENTISSAGE ET DE L'ALTERNANCE
 - FORUMS DE L'EMPLOI
 - SALON DE LA TRANSFORMATION DIGITALE
 - DIJON E-SPORT
- **Fidélisation du public et les clients « historiques »** qui grâce à l'organisation de leurs événements contribuent à créer des retombées économiques importantes sur le territoire. De la même manière, consolider l'organisation des événements porteurs tels que la Foire Internationale et Gastronomique et FLORISSIMO par de nouveaux investissements et une organisation sans cesse repensée ;
- **Investissement sur la nouveauté en se nourrissant des nouvelles tendances** pour attirer un public plus large ;
 - SALON DE L'ECONOMIE CIRCULAIRE
 - DIJON E-SPORT
- **Poursuite du positionnement du Palais des Congrès pour l'accueil de congrès nationaux et internationaux**
- **Accélération la digitalisation des événements** pour permettre d'augmenter l'accueil d'événements soit tout digitaux, soit hybrides.
- **Poursuite du développement de salons BtoB et professionnels**

IV-2-Notre stratégie de développement

➤ **Développement du Club des ambassadeurs de la destination**

Lancement en juin 2022, 2 réunions ont eu lieu au cours de l'année

➤ **Etablissement de partenariats avec :**

- Les structures d'enseignement et de recherche : Université ; établissements d'enseignement supérieur, CHU...
- Les pôles de compétitivité et filières d'excellence
- Les chambres consulaires
- Dijon Bourgogne Invest
- La future CIGV
- L'OIV...

➤ **Initiation et participation à une démarche de labellisation de Dijon « Destination Internationale Responsable ISO 20121»**

➤ **Développement de la coopération interrégionale pour construire des événements en commun**

➤ **Développement de l'accueil et des services aux usagers**

- **A destination des organisateurs et des exposants**

Ex : prestations marketing- communication ; prise en charge de billetterie via plateforme numérique ; formation exposants pour optimiser leur présence digitale ; prestations RSE pour rendre les événements accueillis écoresponsables ; développement d'une offre de produits régionaux sur le site ; développement d'une offre d'animations en lien avec le territoire...

- **A destination des congressistes et des visiteurs**

Ex : création d'un pack accueil congressiste (en collaboration avec l'OT) ; amélioration de l'expérience visiteur : espaces immersifs, parcours thématiques, mise en valeur de l'offre et des savoir-faire locaux...

IV-2-3-Les concrétisations 2022 en termes de développement

Une nouvelle manifestation a vu le jour en 2022, le salon Bière et Gastronomie.

Pour cette 1^e édition entièrement dédiée à l'univers de la bière et à la gastronomie dans la région, BIERE & GASTRONOMIE a réuni une sélection de brasseurs régionaux, nationaux et étrangers ainsi qu'une offre de produits gourmands dérivés ou à base de bière.

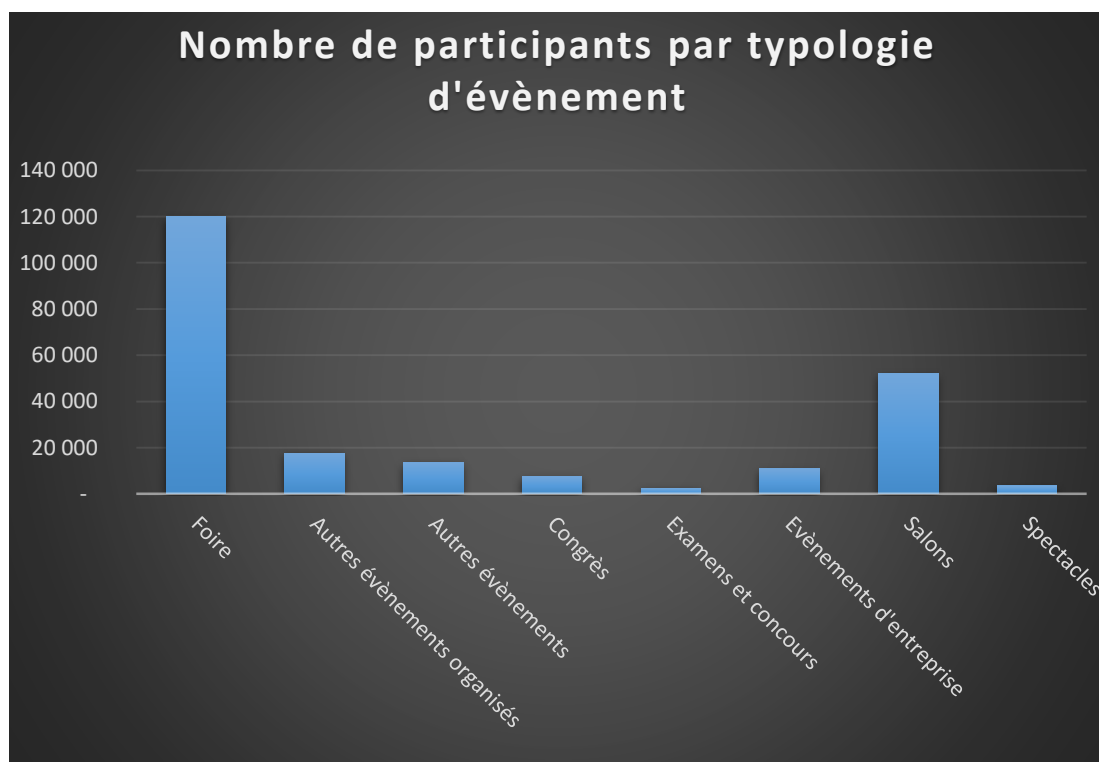
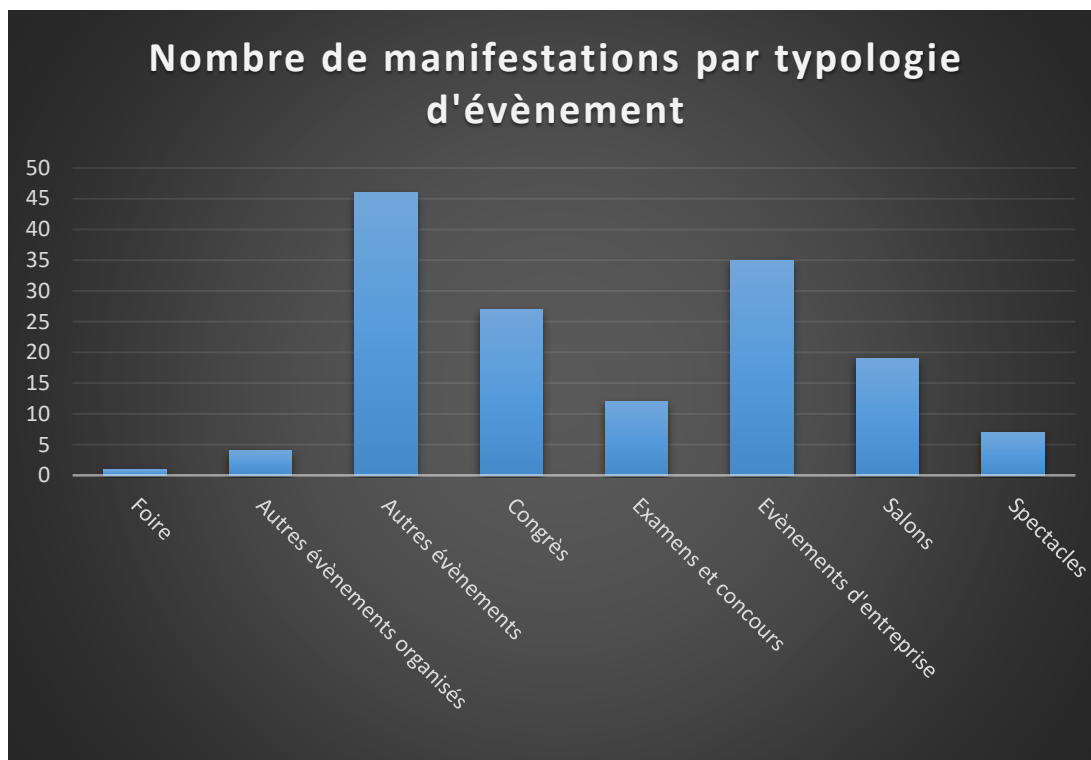
Parmi les nombreuses animations, le savoir-faire des brasseurs, l'art de la dégustation, les accords « mets et bières », la cuisine à la bière avec la présence de chefs cuisiniers locaux ont tout particulièrement été mis à l'honneur.

La dimension festive était également présente avec des concerts lors des deux nocturnes.

IV-2-4-Positionnement de Dijon Congrexpo

Manifestations organisées et accueillies	Nb de manifestations	Nb de participants
Foire	1	119 927
Autres évènements organisés	4	17 592
Autres évènements	46	13 573
Congrès	27	7 490
Examens et concours	12	2 556
Evènements d'entreprise	35	10 859
Salons	19	51 950
Spectacles	7	3 500
Total General	151	227 447

Sources : statistiques annuelles transmises à UNIMEV



IV-2-5-Développement de notre stratégie marketing

IV-2-5 1 Développement du marketing digital.

Les objectifs :

- Renforcer notre présence sur internet et renforcer l'efficacité d'autres actions marketing
- Renforcer nos interactions avec les parties prenantes à travers les outils digitaux
- Favoriser l'engagement envers Dijon Congrexpo à travers les événements accueillis par Dijon Congrexpo et nos différentes manifestations autoproduites (Salon de l'Habitat, Jardin et Décoration, Salon Vélo and Co, Foire Internationale et Gastronomique de Dijon, Grand Prix de la gourmandise, Florissimo), nos offres digitales (Connect'Events) et nos services
- Favoriser les échanges et resserrer les liens avec les parties prenantes
- Individualiser les échanges avec les organisateurs, exposants et visiteurs
- Renforcer nos partenariats existants et en créer de nouveaux

La stratégie :

Notre stratégie a été poursuivie via nos supports (nos réseaux de communication à travers nos différents outils de marketing en ligne) :

Les outils :

Sites internet et plateforme digitale

Objectifs :

- Renforcer la visibilité auprès des publics concernés par les manifestations organisées et également accueillies
- Renforcer la présence digitale
- Faciliter et enrichir l'expérience utilisateur
- Optimiser le référencement naturel

Dijon Congrexpo dispose de plusieurs sites internet et d'une plateforme digitale :

- Site institutionnel de Dijon Congrexpo
- Site et Plateforme de la Foire Internationale et Gastronomique de Dijon
- Site et Plateforme du Salon de l'Habitat
- Site et Plateforme du Salon du Vélo and Co, a été créé fin juillet 2021 en amont du lancement de la 1^{ère} édition du salon

Référencement naturel

Objectifs :

- Augmenter notre visibilité
- Augmenter le trafic vers nos sites et plateforme

Les actions appliquées :

- Audit sémantique (exemple : le site du salon Vélo and Co)
- Réalisation d'une stratégie de mots clés et optimisation sémantique
- Optimisation constante des contenus

Référencement payant

Objectifs :

- Accompagner et maximiser nos actions commerciales afin d'attirer davantage de visiteurs
- Promouvoir nos manifestations autoproduites
- Développer la notoriété
- Créer du trafic sur les sites internet et la plateforme digitale et la billetterie

Les actions appliquées :

Les campagnes publicitaires via Google Display, Facebook et Instagram Ads.

L'e-mailing et Newsletters

Objectifs :

- Promouvoir nos manifestations auprès de notre visitorat
- Développer la notoriété
- Créer du trafic sur les sites internet et la plateforme digitale
- Informer les professionnels de notre actualité
- Prospecter de nouveaux exposants
- Maintenir le lien avec nos cibles

Les Réseaux Sociaux

Objectifs :

Communication :

- Développer notre visibilité
- Mettre en valeur notre expertise
- Générer, augmenter le trafic vers nos sites internet et la plateforme digitale
- Développer notre notoriété
- Communiquer sur l'image de Dijon Congrexpo et la mise en avant de ses valeurs et son identité
- Faire connaître et faire vivre nos marques (nos salons)
- Renforcer le sentiment d'appartenance à la communauté des marques (nos salons)

Services et relations clients :

- Créer l'engagement de nos internautes
- Comprendre les besoins de nos parties prenantes

- Écouter le client, mieux le connaître
- Conseiller le client, améliorer le service personnalisé
- Fidéliser le client en créant du relationnel

Commercialisation :

- Gagner en crédibilité dans notre domaine
- Promouvoir nos offres et nos services auprès de nos prospects et clients professionnels ainsi que certaines de nos parties prenantes
- Générer des leads (les contacts avec les clients et les prospects potentiels)
- Présenter nos offres et nos produits

IV-2-5-2 Développement du marketing direct.

II-1 Objectifs :

- Optimiser l'exploitation des bases de données et assister la force de vente.
- Maintenir et enrichir nos fichiers qualifiés de contacts existants et prospecter en permanence.

II-2 Stratégie :

- S'adresser à une cible visée
- Mettre en place des campagnes d'e mailing
- Concevoir et adresser des newsletters
- Exploiter les fichiers qualifiés : appels téléphoniques, envoi des e-mails personnalisés avec des documents de promotion, de newsletters, prises de rendez-vous.
- Identifier de nouveaux prospects via nos réseaux sociaux (publications ciblées et prise des contacts).

IV-2-6-Les actions de promotion et de commercialisation

IV-2-6-1-Budget de communication

Le budget communication regroupe l'ensemble des dépenses engagées par Dijon Congrexpo pour la promotion des manifestations qu'elle organise ainsi que celles consacrées à la promotion du site. Par conséquent, ce budget ne tient pas compte des budgets de communication consacrés aux manifestations accueillies (à la charge de l'organisateur).

En 2022, Dijon Congrexpo a engagé 434 542 € au titre du budget de communication, soit une progression de près de 35% (pour rappel : 285 840 € en 2021). Ce montant traduit le retour progressif au niveau des engagements des années ante Covid et s'explique notamment par la tenue du salon de l'Habitat en présentiel et de la 1^{ère} édition du salon Bière & Gastronomie.

89% de ce montant (385 075 €) a été consacré aux manifestations organisées par Dijon Congrexpo qui constituent le volet principal de la politique de communication conduite par le délégataire.

Avec un montant de plus de 200 000 €, le budget communication dédié à la Foire Internationale et Gastronomique représente à lui seul plus de 50% du budget global de communication pour 2022, sans atteindre toutefois les montants « ante-Covid ».

Second volet de la communication, la promotion du site s'effectue principalement sur le plan national, à travers des publications professionnelles spécialisées. En 2022, 49 467 € y ont été consacrés.

L'équipement est référencé comme chaque année dans les principaux annuaires (BEDOUK, l'EVENEMENTIEL, REUNIR) recensant les différents lieux et sites de congrès et fait l'objet d'articles dans la presse magazine spécialisée (TENDANCE NOMAD, MEET AND TRAVEL MAG, VOYAGES D'AFFAIRES, EVENEMENTS ET CONVENTIONS...).

À LA UNE DE L'ACTU



À LA UNE DE L'ACTU



Quel est vraiment l'impact de l'activité de DIJON CONGREXPO sur l'économie locale ?

Au total, entre 2015 et 2019*, Dijon Congrexpo a généré
116 millions d'euros de retombées économiques directes et indirectes.

Décryptage dans cette newsletter.



IV-2-6-2-Relations médias

Chaque manifestation organisée par Dijon Congrexpo fait l'objet de plusieurs communiqués de presse (annonce, contenu, bilan) d'un dossier de presse et d'une conférence de presse de présentation aux représentants de la presse régionale programmée environ 2 semaines avant l'ouverture, qui donne véritablement le coup d'envoi de la campagne de communication.

En 2022, 4 conférences de presse se sont tenues afin de présenter les manifestations organisées par Dijon Congrexpo : le salon de l'habitat virtuel (24 février), la 1^{ère} Edition du Salon de la Bière et de la Gastronomie (24 mai), le Salon Vélo & Co (8 septembre), la Foire Internationale et Gastronomique (20 octobre).

IV-2-6-3-Internet et réseaux sociaux

- **Sites Internet** : Dijon Congrexpo, site institutionnel : 421 765 pages consultées sur toute l'année 2022
 - La Foire Internationale et Gastronomique de Dijon (On observe une belle progression de la consultation du site par rapport à 2021)
 - 2022: 1 287 012 pages consultées sur toute l'année 2022 + env. 84% par rapport à l'année 2021 (700 536)
 - Dont 421 110 en octobre et 580 307 en novembre
 - Le Salon de l'Habitat
 - 2022 : 116 195 pages consultées sur toute l'année 2022 (+ 46% par rapport à l'édition précédente du salon digital)
 - Dont 25 009 en février et 45 240 en mars (par rapport à 23 439 en avril 2021 (mois du salon digital)
 - Florissimo : Interruption du site en raison du report de l'évènement. Pas de statistiques.
 - Le Salon Vélo&Co, 2ème édition
 - 2022 : 9 020 pages vues sur toute l'année 2022, on observe la légère baisse par rapport à l'année du lancement du site 2021 (12 351 pages consultées de fin juillet 2021)
 - Sachant que le mois le plus significatif est septembre 2022 : 7 573 pages vues

- **Plateformes digitales :**

- salon de l'habitat hybride (mars 2022) : 12 732 visites
- Salon bière et gastronomie (1^e édition-hybride-juin 2022) 3 066 visites
- salon vélo & co (2^e édition-hybride-septembre 2022) : 1 156 visites
- la foire internationale et gastronomique (novembre 2022) : 35 075 visites ; 45 vidéos diffusées ; 1 696 clics sur les replays.

- **L'E-mailing :**

Une des techniques les plus puissantes en marketing digital. Réalisation de newsletters dans un nouveau format plus pertinent.

⇒ Organisé par Dijon Congrexpo avec un outil Sendinblue :

- Total d'envois : 21
- Total destinataires : 145 571
- Total d'ouverture : 33 986
- Total clics 4 701

⇒ Organisé en collaboration avec l'Agence « Promotion Services » pour le salon Vélo&Co :

- Dispositif :
 - E-mailing Clubs Cyclos Région Bourgogne Franche Comté 380 adresses qualifiées
 - E-mailing Seniors Région Bourgogne Franche Comté 810 adresses qualifiées
- Résultats :
 - Taux d'ouverture, plus de 29 % - cela est un bon résultat car en moyenne sur un fichier de prospection taux 15 %, c'est une preuve d'un intérêt **marqué** de la part des destinataires.
 - Un très bon taux de délivrabilité de votre page : 99.25 % !

Les pourcentages qui figurent ci-dessus donnent une idée globale des envois, mais ne reflètent pas l'exact réalité des taux de lecture. En effet, les anti-spams et autres anti-virus actuels parviennent à bloquer les accusés de lecture et les retours des liens de tracking, avec comme conséquence une dégradation des différents taux.

⇒ Organisé dans le cadre de partenariat avec VELOTOUR Dijon

Vélotour a réalisé un e-mailing post événement Vélotour (12/09/2022) à destination de ces 5000 participants avec :

- **un tarif réduit spécial exclusivement réservé pour les participants de Velotour pour accéder à Vélo & Co**
- **Les informations sur la Bourse aux vélos réalisée sur le salon Vélo and Co**

IV-2-6-4 Réseaux sociaux :

- **La Foire Internationale et Gastronomique de Dijon**

Page Facebook et Compte Instagram créés en 2018.

- Nos objectifs :

1. Fidéliser et agrandir notre Communauté
2. Conquérir de nouveaux visiteurs/clients
3. Maintenir le dynamisme et l'animation sur nos pages
4. Faire la promotion des hommes et des femmes qui sont engagées dans les métiers de bouche
5. Faire vivre l'événement de l'intérieur et maintenir le lien avec notre plateforme digitale
6. Mettre en avant la marque « 100% Gastronomie » by Dijon Congrexpo
7. Informer les visiteurs en temps réel ;
8. Créer de la proximité avec les visiteurs
9. Faire vivre la marque de la Foire avant/pendant/après l'événement



6 681 FANS (+1 013 cette année)



2 231 abonnées (+518 cette année)

Gain total d'abonnés : 1 521

Impressions : 500 920 fois les postes ont apparus sur la période.

Couverture : 195 215 personnes ont vu les publications.

Publication des posts et stories : 480

Interactions (réactions, partages, commentaires..) : 11.9 K

Visites des pages : 20 274

⇒ **Les concours :**

Organisés par Dijon Congrexpo sur les RS :

- 1 concours pour gagner les places à la Foire : 10 places
- 1 sondage visiteurs en amont de l'événement pour gagner 5 places à la Foire
- 1 concours pour gagner 3 places pour le Master Class avec Patrick Bertron
- 1 sondage visiteurs pendant l'événement pour gagner de différents lots :
 - 3 Tabliers de la Foire de Dijon
 - 2 lots de deux livres : « La Foire Internationale et Gastronomique de Dijon » et « Bûches »
 - 1 lot de deux 2 livres : « La Foire Internationale et Gastronomique de Dijon » « Le Dessert »

- 3 repas (déjeuner en semaine) dans les restaurants dijonnais : Betterave, Le Malto et la Musarde

En partenariat avec :

- Galeries Lafayette dans le magasin
- 1 concours organisé par la Librairie Grangier pour gagner des places à la Foire et un livre sur les RS
- 2 concours organisé par la Cultura pour gagner des places à la Foire et un livre sur les RS

⇒ **Les interactions avec les blogueurs :**

➤ BON PLAN – 10 places

- Le Grand Prix National de la Gourmandise



1424 abonnés (+6% par rapport à l'édition précédente*)

- 5858 interactions (+569 %*)
- 71 750 personnes touchées (+1046%*)
- 512 mentions 'j'aime' (+234%*)
- 82 partage (+127%*)



236 abonnés (création en 2021) :

- 66 481 personnes touchées
- 4 483 mentions « j'aime »

Conclusion : Belle progression de la page FB – Communauté active qui montre l'intérêt qu'elle porte au GPNG – Compte Instagram avec peu d'abonnés mais une belle réactivité de la communauté.

- **L'Habitat Hybride 2022**

Page Facebook et Compte Instagram créés en printemps 2021.

Statistiques sur la période : 1/02/2022 au 30/03/2022 (y compris sur les temps forts du salon de l'habitat virtuel).



- Mentions « j'aime » de la page : 148 (environ 80 avant le salon)
- 178 abonnés (par rapport à 146 abonnés en mars 2022)

- Vues de la page : 610 vues sur la période (204 sur la précédente édition)
- Couverture de la page : 88 274 par rapport à 44 080 de l'édition précédente



- Abonnés : 122 par rapport 102 l'édition précédente.
- Couverture de la page : 33 025 par rapport à 22 470 de l'édition précédente
- Visite du profil sur la période : 206

Nous touchons une cible plus jeune que sur FB, cela explique ce nombre inférieur à Facebook par rapport au salon de l'habitat). Même si les personnes ne s'abonnent pas forcément, la page est visible au-delà des personnes abonnées.

- **Vélo& Co**

- Les pages FB et Instagram créer en juin 2021.
- Statistiques sur la période : 1/07/2022 au 30/09/2022



- Mentions j'aime de la page : 419
- Vues de la page : 887 vues sur la période
- Couverture : 39 500



- Abonnés : 176
- Couverture de la page : 3941
- Visite du profil sur la période : 710

- **Bière et Gastronomie** : Création des pages en avril 2022



- Couverture de la page : 301 468
- Visite de la page : 2491
- Abonnés : 234
- 57.7% de femmes / 42.3% d'hommes
- Entre 25 – 54 ans
- Localisation des abonnés : Dijon / Chalon-sur-Saône / Chevigny-saint-sauveur / Langres / Besançon / Dole / Marsannay-la-Côte / Saint-Apollinaire / Chenôve / Perrigny-lès-dijon



- Couverture de la page : 75 328

- Visite de la page : 944
- Abonnés : 116
- 46.9% de femmes / 53.1% d'hommes
- Entre 18 – 54 ans (plus de résultats sur les 18 – 44 ans)
- Localisation des abonnés : Dijon / Lyon / Marseille / Paris / Varois-et-chaignot



La communication a été effectuée en amont, pendant et après le salon.

- ⇒ Les concours : Organisés par Dijon Congrexpo sur les RS :
 - 1 Jeux concours : 1 tirage au sort pour gagner les entrées au Salon Bière et Gastronomie
 - 1 sondage visiteurs pendant l'événement pour gagner les entrées à la Foire de Dijon
- ⇒ Les interactions avec les exposants et les intervenants
 - Le contact personnalisé a été pris pour augmenter la communication sur les RS en amont et pendant le salon.
 - Les échanges de visibilité avec Madame Elisabeth PIERRE de Bierissima et son magazine « Bière & Mets »

Conclusion et suggestions :

Les statistiques et les informations recueillies confirment la direction choisie pour atteindre nos objectifs de communication via les réseaux sociaux.

Le travail sur les réseaux sociaux doit être maintenu et développé tout en étant précédé d'une réflexion de fond concernant l'élaboration de la ligne éditoriale ainsi que de la charte graphique.

Référencement payant : Réalisation des campagnes de référencement payant pour nos manifestations autoproduites :

Habitat, Jardin et Décoration 2022

Campagne digitale réalisée en collaboration avec un prestataire (Médiapost).

- ⇒ **Objectifs:**
 - faire venir **les particuliers** (intentionnistes travaux, passionnés de jardinage et déco + Audiences Immobilier) **en présentiel et digital.**

Dispositifs : Google Display + Facebook et Instagram ads + Waze.

Ciblage : 80 kms autour de Dijon

Durée : 21 février au 7 mars

⇒ **Résultats :**

Les campagnes Google Display et Facebook/Instagram ont permis de :

- Promouvoir le Salon de l'Habitat de Dijon avec plus de 2,1 millions d'impressions
- Toucher les internautes potentiellement intéressés par l'évènement plus de 24 000 clics
- Nombre de visiteurs généré vers notre plateforme env. 8000 visiteurs

⇒ **Campagne a généré :**

- Displays :
 - 1 979 978 impressions générées qui ont contribué à toucher une cible intéressée
 - Les taux de clics sont largement supérieurs au taux de clics moyen d'une campagne display du marché (0,20%)
 - Plus d'impressions et de clics sur le mobile :
 - Le mobile génère plus de trafic : un CPC (cout par clic) inférieur à celui de l'ordinateur et un taux de clic plus important
- FB Ads :
 - Le taux de clics est largement au dessus de la moyenne du marché (0,80%)
 - La campagne a permis de couvrir 58 256 personnes et générer 7 683 clics
 - L'audience intentionniste (50 928) est celle qui a le plus performé en termes de couverture, impressions et clics.
 - Une répartition quasi équivalente par tranche d'âge. La majorité des personnes touchées ont entre 25 et 64 ans
- Instagram Ads:
 - Couverture de 31 640 personnes et générer 192 clics
 - L'audience intentionniste (27 528) est celle qui a le plus performé en termes de couverture, impressions et clics.

Bière et Gastronomie

Campagne digitale réalisée en collaboration avec un prestataire (Médiapost).

⇒ **Objectifs :**

- Faire connaître votre évènement à une cible potentiellement intéressée
- Faire venir maximum des particuliers en présentiel et digital
- Générer du trafic vers notre plateforme digitale

⇒ **Paramètres :**

- Dispositifs : Google Display + Facebook et Instagram ads.
- Ciblage : 200 kms autour de Dijon (jusqu'à Lyon)
- Durée : 3 semaines (du 16 mai au 6 juin)

⇒ **Résultats :**

Les campagnes Google Display et Facebook/Instagram ont permis de :

- Promouvoir le Salon avec 1 268 251 impressions
- Toucher les internautes potentiellement intéressés par l'évènement plus de 33 561 clics

➤ Campagne a généré :

Displays :

- 451 581 impressions générées qui ont contribué à toucher une cible intéressée
- 2 721 clics, soit un taux de clics de 0,60%

FB Ads :

- 646 506 impressions
- La campagne a permis de couvrir 234 559 personnes touchées et généré 30 042 clics soit un taux de clics de 4,65%

Instagram Ads :

- 170 164 impressions
- Couverture de 76 464 personnes touchées et généré 798 clics, soit un taux de clics de 0,47%,

⇒ **Conclusions :**

- La campagne a permis de développer notre notoriété
- La campagne n'a pas donné les résultats attendus mais a permis d'augmenter le nombre de visiteurs en présentiel.
- Pas de possibilité de relever le nombre exact de visiteurs en présentiel/acheteurs des billets

⇒ **Axes d'amélioration :**

- Garder la même url (choisir entre la billetterie et la plateforme digitale ; page d'atterrissage) pendant toute la durée de la campagne
- Revoir l'ergonomie de la billetterie en ligne sur mobile

Vélo and Co.

⇒ Campagne FB et Instagram Ads a été réalisée en collaboration avec l'Agence « 33 degrés »

Benchmark concurrentiel des publicités du secteur a été réalisé au préalable.

Durée : du 5 au 19 septembre 2022

⇒ **Résultats**

La campagne a généré 962 clics. Les publicités ont été affichées 55 550 fois et ont atteint 23 847 personnes.

La campagne a pour l'instant généré 317 réactions (likes), 68 partages, 8 enregistrements et 12 commentaires. Le taux de clics est moyen avec 2,77 %.

La campagne a de très bonnes performances depuis son lancement.

⇒ Campagne Display

⇒ **Nos attentes :**

- Mise en avant du salon Vélo&Co
- Cible : Personnes avec intérêt pour les vélos
- Zone : 80 kms autour de Dijon
- Durée : 2 semaines

⇒ **Résultats :**

Une bonne visibilité avec :

- Communication importante autour du salon pendant 2 semaines
- 523 844 impressions générées qui ont contribué à toucher une cible intéressée
- Une enchère plus faible que les prévisions qui nous a permis d'avoir plus de clics (1 714 clics)

On note :

- Une grande exposition sur les plus de 35 ans
- Exposition plus importante chez les hommes
- YouTube est le site qui nous apporte le plus de trafic
- 75% de notre trafic provient du mobile

IV-2-6-5-Partenariats

Dijon Congrexpo est adhérent à l'UNIMEV, l'organisation professionnelle qui regroupe 400 acteurs de la filière événementielle ; les collaborateurs participent régulièrement aux commissions thématiques et aux formations qu'elle organise.

Dijon Congrexpo est membre de COESIO, le premier réseau francophone des villes de congrès, et suit régulièrement tous les travaux, enquêtes et opérations organisées par cette association.

Dijon Congrexpo fait également partie du collège des professionnels de France CONGRES et participe à tous les événements organisés et à la communication (avec la Ville de Dijon)

Madame Nadine BAZIN est membre du collège des « personnes qualifiées dans le domaine du tourisme » du comité de Direction de l'Office du tourisme de Dijon métropole.

Elle participe également aux assemblées générales de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme (Comité Régional du Tourisme) et de Côte d'Or Tourisme (Comité Départemental de Tourisme).

Dijon Congrexpo entretient de nombreux et fréquents contacts avec l'environnement économique local : chambres consulaires, associations de commerçants, organisations d'entreprises et syndicats professionnels. Ces relations trouvent couramment leur prolongement dans la conclusion de partenariats de coopération à l'occasion des événements organisés ; c'est le cas notamment avec Shop In Dijon, l'Amicale des Cuisiniers de Côte d'Or, Vitagora.

En référence à l'article 12 du contrat de délégation de service public, aucune des deux parties n'a demandé de réunions des comités de suivi au cours de l'exercice 2022.

V) Le patrimoine du service

V-1-Inventaire

Conformément à l'article 28.1 du contrat de DSP, un inventaire des biens actualisé au 31 décembre 2022 est joint dans l'annexe 3.

V-2-Gestion du patrimoine

L'entretien du patrimoine, bien qu'ancien, a été effectué en 2022 dans le respect des dispositions contractuelles de la DSP grâce à une maintenance active à la fois préventive et curative.

Cf. Annexes 5, 6 et 7.

V-2-1-Renouvellements programmés des biens de retours (RP) 2022 – Dijon Congrexpo

Renouvellements programmés réalisés en 2022 pour un Montant Total de 5 429 € HT :

- Actualisation matériels audio-vidéo : Emetteurs et Recepteurs IP TV, distributeurs SDI, Interface Audio,
- Remplacement d'éclairages : Poursuite Amphi
- Câblage et équipements audio-vidéo, informatique, wifi (tous les espaces) : Switchs GDO & Poincaré

V-2-2-Renouvellements programmés des biens de retour (RP) 2022 – Collectivité

Pour rappel : L'ensemble des points ci-dessous ont fait l'objet d'un tableau partagé et d'un point d'avancement lors d'une réunion avec les Services Techniques de la Ville de Dijon les 4 décembre 2019 (Elise RENAUD, Stéphane DELLERY, Nathalie DERAÏN, Jean-Marie ALBERT, Nicolas MASSON/Gilles CHARLES, qui devait être complétée par une seconde en date du 11 mars 2020, annulée//Covid.

Renouvellement SSI et SSS du Nouveau Palais et installation de flash lumineux Nouveau et ancien Palais (selon résultat étude VERITAS SSI Unique Palais et Parc, demandée par la Commission de Sécurité ; étude mandatée par Dijon Congrexpo, restituée au SDIS et à la Ville lors de la Commission de Sécurité / Visite Périodique du 09.12.19)

- 11.02.20 Jean-Marie ALBERT

- 26.02.20 Jean-Marie ALBERT & Yannick FANNET avec BIC2E, BUREAU VERITAS ESSEMES et DEMONGEOT
- 12.03.20 BIC2E, BUREAU VERITAS ESSEMES et DEMONGEOT
- 14.05.20 DEMONGEOT et TOA
- 24.05.20 ALCY et CHUBB Développement Détection Incendie VESDA Galerie Hall 1 et Salles Chambertin Vougeot
- 30.06.20 Réunion Ville SDIS
- 06.07.20 Réunion SSI Unique Ville Alcy Demongeot
- 10.07.20 Réunion SSI Unique Ville BIC2E Alcy Bureau Veritas Essemes
- Juillet et Août 2020 Travaux
- 25.08.20 Essais
- 02 et 03.09.20 Réception des Travaux

SSI Unique et Sonorisation de Secours réceptionnés par le SDIS le 19 septembre 2020.

- 22.09.20 Formation des personnels DC au SSI Unique par Alcy
- 25.01.21 Jean-Marie ALBERT avec BIC2E, BUREAU VERITAS ESSEMES et DEMONGEOT, pour complément d'installation Exutoire Vinarium et Etude Désenfumage Nouveau Palais à la demande du SDIS
- 20.04.21 Jean-Marie ALBERT avec BIC2E, BUREAU VERITAS pour complément d'installation Exutoire Vinarium et Etude Désenfumage Nouveau Palais à la demande du SDIS
- 14.03.22 MAJ du Dossier SSI Unique intégration des installations Exutoires Vinarium

Mise aux normes Accessibilité (selon rapport APAVE ci-joint) dont ascenseurs (Téléalarme, ...), Escaliers mécaniques, ...

Marché de travaux en cours Mise aux normes Ascenseurs et Escaliers mécaniques.

- 26.02.20 Stéphane DELLERY et OTIS
- 12 et 13.05.20 Stéphane DELLERY avec ALTEM et OTIS)
- 18.05.20 Stéphane DELLERY
- 03.02.21 Stéphane DELLERY avec ALTEM Conseil

Réfection Voie pompiers Delaborde/latéral Palais et Aménagement du Parking arrière Palais (Organisateurs, prestataires et exposants) Ouest Hall 1 (Exposants) en bitumineux drainant.

Réfection façade Ouest Hall 1, tours du Hall 1 et Passage couvert Hall 1/Vinarium :

- 08.10.20 Nicolas MASSON et Bureau d'Etudes Tours Hall 1

Reprise de la charpente du Hall 2 (suite étude APAVE).

Toiture Hall 2, réfection étanchéité :

- 24 et 25.05.22 UTB Dernières reprises

Toiture du hall 1 reprises d'étanchéité sur bitumineux, remplacement bac acier isolation étanchéité et renouvellement Verrières hall 1 et Rue Intérieure.

Réfection collectes et descentes d'eaux pluviales Hall 1 et Hall 2.

Réfection sol HALL 1 (bitumineux et fosses très dégradés à remplacer par dalle béton) avec création de caniveaux et réfection totale des réseaux d'alimentation en eau potable et d'évacuation + électricité

- 30.08.21 Nicolas MASSON Ville accompagné de VON ROLL et PEDRON Recherche fuite réseau AEP Hall 1
- 08.09.21 Marc MANOURY Ville + PEDRON Etudes Sécurisation Alimentation AEP Sanitaires Sud et demi niveau (aussi sur réseau enterré Hall 1) en amont Foire (et installation de lavabos supplémentaires)
- 22.09.21 Marc MANOURY + Stéphane DELLERY Ville Etudes Sécurisation Alimentation AEP Sanitaires Sud et Installations de points de lavage des mains supplémentaires en amont Foire
- 16.05.22 Marc MANOURY Ville Etudes Sécurisation complémentaire Alimentation AEP Sanitaires Ancien Palais et Installations d'une nouvelle tranche de points de lavage des mains supplémentaires.

Renouvellement des portes Hall 1 (notamment IS vitrées façade ouest et portes fronton nord).

Réfection des éclairages notamment hall 1, remplacement néons par éclairages à leds adressables.

Traitement sol Hall 2 RDC Poincaré et dessous de mezzanine (bitumineux et trappes très dégradés à remplacer par dalle béton) avec réfection totale des réseaux d'alimentation en eau potable et d'évacuation (option création de caniveaux). Distribution électrique par Canalis déjà réalisée par Dijon Congrexpo sur l'intégralité du hall 2.

Remplacement des radiants à gaz (Hall 2 RDC prioritairement et étage), CTA et raccordement au RCU
Améliorations des CTA des Halls :

- 26.01.21 Guy CHARLES et Amandine JEANDET
- 22.04.21 Guy CHARLES, Quentin ANTOINE, Amandine JEANDET et EIMI
- 10.05.21 Amandine JEANDET et EIMI

Chauffage (CTA et raccordement au RCU) Ventilation et Extraction des fumées Hall 1

- 26.01.21 Guy CHARLES et Amandine JEANDET
- 22.04.21 Guy CHARLES, Quentin ANTOINE, Amandine JEANDET et EIMI
- 10.05.21 Amandine JEANDET et EIMI
- 21.12.20 Expertise judiciaire, Daniel LOURD, en présence de Jean-Marie ALBERT, Guy CHARLES et Stéphane DELLERY.
- 31.03.21 Expertise judiciaire, Daniel LOURD, en présence de Jean-Marie ALBERT, Guy CHARLES et Stéphane DELLERY
- 26.08.21 Expertise judiciaire, Daniel LOURD, en présence de Jean-Marie ALBERT, Guy CHARLES et Stéphane DELLERY

Travaux Suite Expertise :

- 27.08.21 Echanges avec Nadine BAZIN et Services Ville Gilles CHARLES Ville et EIMI Travaux (x3) Ventilation/Sanitaires.
- 31.08.21 et 01.09.21 Courriels de Gilles CHARLES : Synthèse des actions Ville, dont Salon Loisirs Créatifs, Vélo & Co, Concours x2 et Foire.
- 01.09.21 Copie demande Ville de location de 10 extracteurs à S PLUS prévus pour garantir un renouvellement d'air neuf de 0,5 fois le volume du hall.
- 02.09.21 Gilles CHARLES Ville et EIMI Installations éphémères en amont Salon des Loisirs Créatifs.
- 06.09.21 Gilles CHARLES Ville + EIMI Travaux + AGGREKO Etudes Installations éphémères en amont Foire.
- 08.09.21 Gilles CHARLES Ville + EIMI Travaux + TIBLOC + TRASIC Etudes Installations éphémères en amont Foire (9H00-11h00).
- 14 et 17.09.21 Gilles CHARLES Ville EIMI Service Maintenance Première réparation de la CTA 3, mandaté par la Ville.
- 15.09.21 Réunion DC & Ville Franck RIGOLLE, Elise RENAUD, Sandrine COMBE, Gilles CHARLES, Amandine JEANDET, Stéphane DELLERY.
- 01.10.21 PEDRON
- 04.10.21 TRASIC, SIAE, EIMI Ville Percements passage gaines ventilation Hall 1 et destratificateurs/extracteurs.
- 20 et 21.10.21 EIMI Ville.
- 25, 26 et 28.10.21 Reception, Formation Exploitation PAC éphémères Ventillation Hall 1 AGREEKO, EIMI.
- 01.12.21 Nicolas MASSON, NOVELLI, Bourgogne Structure Hourdis/dalle Galerie Nord Hall 1.
- 02.12.21 restitution Extracteurs location Ville S Plus.
- 16.12.21 Intervention EIMI sur Déstratificateurs Entrée Nord Hall 2 (Zone CTA 1).

Rénovation des sanitaires Halls Rue Intérieure Nord / Etage (et PMR) et Musigny.

Mise en place d'un totem d'identification à l'accès Delaborde sur Domaine Public (en tête de voie pompiers).

Mise en place d'une signalisation d'accès (pérenne) au Parc Palais.

Mise en lumière des façades sur Boulevard de Champagne.

Remplacement et travaux sur groupes eau glacée (compresseur n°2 circuit A et manchons anti-vibratiles + remise en eau glycolée des groupes Climatisation Palais) :

- 26.01.21 (Guy CHARLES et Amandine JEANDET)

Réfection des pierres de parements façade palais des congrès (troubles depuis février 2018) :

- 01.07.20 Anne Laure TAZET
- 15.07.20 Anne Laure TAZET Intervention Sylvain PAQUET SST de SIA REVETEMENTS
- 12.05.21 Anne Laure TAZET Intervention finale Sylvain PAQUET SST de SIA REVETEMENTS

Reprise des rangs inférieurs des pierres de parements façade palais des congrès :

- 11.05.22 Rémi GIBASSIER SIA Revêtements/Sylvain PAQUET

Réparation escalators Palais des congrès et Parc des Expositions :

- 08-2022 Intervention OTIS

Problèmes récurrents d'étanchéité des toitures du Hall 1 et Hall 2 :

- Nombreuses interventions du prestataire UTB mandaté par la Ville et de notre prestataire ATILLA sous contrat d'entretien.

Idem sur verrières Rue intérieure et sur ligne d'un acrotère en toiture Hall 2.

A l'identique de ces troubles, des infiltrations d'eau en toiture du Hall 2 ont également été constatées du fait de l'apparition de plusieurs fissures sur l'étanchéité.

Ces ruissellements traversent la dalle de l'étage, et inondent le RDC, et un nouveau ruissellement est apparu à l'Entrée nord du Hall (partie toute hauteur en continuité de l'auvent).

Equipements de ventilation :

- 10-2022 Remplacement CTA 3 et destratificateurs
- 10-2022 Installation ventilation provisoire Hall 1

Galerie Nord Hall 1 :

- 02-2022 Diagnostic structurel réalisé par Bourgogne structure (mandaté par la Ville)
- 10-2022 Impossibilité d'exploiter la galerie Nord pour la Foire 2022
- 10-2022 Installation par France Filets (mandaté par la Ville) de filets de sécurité en dessous de la galerie Nord

Fuite majeure sur le réseau d'eau, avec résurgence dans le Hall 1 :

- 12-2022 Intervention AEP

VI) La performance et l'efficacité opérationnelle

VI-1-La maintenance du patrimoine

Comme il est prévu contractuellement, cette maintenance a été ventilée en maintenance préventive et en maintenance corrective et a fait l'objet de deux annexes. Cf. Annexes 6 et 7.

VI-2-L'efficacité environnementale

Nos événements, par nature éphémères, ont la puissance d'être structurants à condition d'être utilisés comme leviers de développement durable.

Dijon Congrexpo a mis en place un système de management responsable conforme aux exigences de la norme ISO 20121.

Cette démarche consiste à mobiliser des ressources optimisées, pour un impact raisonné.

VI-2-1-Enjeux RSE et politique de développement durable

VI-2-1-1-Enjeux RSE

Les enjeux RSE qui concernent Dijon Congrexpo sont établis et hiérarchisés. Cette hiérarchisation tient compte de l'intérêt des parties prenantes pour ces enjeux.

Enjeux									
	Niveau de maîtrise	Effet sur l'Environnement	Effet sur l'Homme	Effet sur l'image de Dijon Congrexpo	Rentabilité économique	Gains potentiels en matière de développement durable	Total sur 20	Parties prenantes	TOTAL PONDÉRÉ
1 Santé et sécurité	3	1	3	3	2	3	17	1,2	20
2 Déchets et propreté du site	2	3	1	3	2	3	16	1,3	20
3 Consommations d'énergie	1	3	1	2	3	3	14	1,3	19
4 Consommation de ressources	2	3	1	1	3	2	13	1,3	17
5 Restauration responsable	2	2	1	3	1	3	13	1,3	17
6 Formation des équipes	2	1	3	2	2	2	13	1,3	17
7 Qualité de service	2	1	3	1	2	2	12	1,3	16
8 Achat responsable	3	2	1	2	2	2	13	1,1	15
9 Sureté du site	2	1	3	3	1	1	12	1,2	15
10 Accessibilité	1	1	3	3	1	2	12	1,2	15
11 Transport de personnes	1	2	1	3	2	2	12	1	12
12 Biodiversité	1	3	2	1	1	1	10	1	10
13 Confort au travail	1	1	3	1	2	1	10	1	10
14 Transport de fret	1	2	1	1	2	1	9	1	9

VI-2-1-2-Politique de Développement durable

Dijon Congrexpo souscrit pleinement aux principes de Développement Durable notamment aux devoirs d'inclusion, d'intégrité, de vigilance et de transparence. Ce qui lui a permis de s'engager dans une politique de Développement Durable au travers de 3 axes stratégiques :

- Fournir les meilleures conditions de santé, sécurité, qualité et confort en vue de la satisfaction des parties prenantes,
- Maîtriser les impacts environnementaux induits par l'accueil et l'organisation d'événements,
- Permettre aux parties prenantes de s'impliquer concrètement dans la démarche.

Cf. Annexe 8.

VI-2-2-Mise en œuvre de la politique de développement durable

La Politique Développement Durable est déployée à travers des grands chantiers :

- **Chantiers réalisés en 2022 :**

- Développement des événements hybrides (pour les manifestations organisées ou accueillies)
- Tri sélectif des déchets :
Les activités de DIJON CONGREXPO ont produit 207,47 tonnes de déchets dont 156,69 tonnes revalorisables, soit 76 % (cible 2022 : 75%) - analyse détaillée dans le fichier « Maitrise des impacts environnementaux » Cf. Annexe 9.
- Remise à jour du cahier des charges sécurité incendie
- Mise en place d'une politique achat :
Consultations effectuées dans le cadre du renouvellement de contrats de maintenance : 3 consultations avec rédaction d'un cahier des charges
- Insertion professionnelle :
Depuis le 04/02/2019, DIJON CONGREXPO a réalisé 16 230 heures d'insertion professionnelle pour 5460 heures prévues sur toute la durée de la convention de délégation de service public soit un taux de réalisation de 297% - Cf. bilan réalisé par CREATIV en annexe 10

- **Chantiers en cours de réalisation en 2022 :**

- Structuration de la veille réglementaire :
Externalisation de la veille réglementaire, structuration en interne
- Mise en place d'un process d'évaluation des fournisseurs
- Remise à jour du contrat de location d'espace
- Déploiement de la politique achat

VI-2-3-Evaluation et amélioration de la démarche

Le système de management est suivi et évalué à l'aide de différents outils : un suivi des non-conformités, un tableau de bord d'indicateurs et un programme d'audits.

- Tableau de bord
Cf. Annexe 11

- Audits

1 audit de suivi a été réalisé par Bureau Veritas dans le cadre de la certification ISO 20121

5 actions ont été planifiées à l'issu de ces audits permettant la mise en conformité et l'amélioration de notre système de management.

- Certification

Certification obtenue le 01/04/2020 : le système de management de DIJON CONGREXPO est conforme aux exigences du référentiel ISO 20121.

VII) Compte-Rendu Financier

VII-1-Note sur l'équilibre économique global du contrat

Les effets de la crise sanitaire se sont poursuivis de façon plus atténuée jusqu'à la fin du premier trimestre 2022 entrainant une baisse du chiffre d'affaires de 20 % sur le premier trimestre 2022.

Le chiffre d'affaires 2022 a néanmoins augmenté de 53% par rapport à celui de 2021.

Les impacts de la crise sanitaire sur la situation financière de l'association ont pu être limités par :

- La stricte vigilance sur la structure des coûts,
- Le recours à l'activité partielle jusqu'en février 2022,
- La volonté de l'association de tenir les événements dès l'allègement des restrictions dans des conditions sanitaires optimales.

Il est important de rappeler que dès l'apparition de la crise sanitaire, malgré l'incertitude et le manque de visibilité quant à son ampleur et à sa durée, Dijon Congrexpo a toujours privilégié la continuité du service délégué.

Dijon Congrexpo a, avec résilience et souplesse, accompagné ses parties prenantes (clients, exposants...) et a délibérément maintenu l'ensemble des compétences pour la gestion de la DSP.

VII-2-Compte d'exploitation 2022 au format CEP de l'annexe 16 du contrat de DSP



Annexe 13 : Comptes annuels 2022 format CEP (Annexe 16 du contrat de DSP)

Comptes analytiques sous format CEP

DIJON CONGREXPO	Réalisé 2019 04/02 au 31/12	Réalisé 2020	Réalisé 2021	Réalisé 2022
CHIFFRE D'AFFAIRES LOCATION ESPACES	1 211 317 €	273 488 €	385 922 €	820 123 €
RECETTES ANNEXES	6 961 044 €	1 062 089 €	3 555 993 €	5 206 470 €
Sous total CA	8 172 362 €	1 335 577 €	3 941 914 €	6 026 593 €
REPRISES SUR AMORT ET PROV ,TR CHARGES	18 010 €	690 941 €	408 944 €	23 688 €
AUTRES PRODUITS	102 €	194 481 €	1 157 684 €	533 935 €
Total produits exploitation	8 190 474 €	2 220 999 €	5 508 542 €	6 584 216 €
ACHATS DE MATIERES ET AUTRES APPRO	320 315 €	65 627 €	121 253 €	166 848 €
CHARGES LIEES AUX FLUIDES	391 224 €	228 967 €	341 153 €	442 072 €
REMUNERATION INTERMEDIAIRES	599 303 €	56 883 €	376 923 €	470 700 €
GARDIENNAGE ET SECURITE	434 811 €	83 056 €	308 872 €	427 113 €
LOCATIONS MOBILIERES	293 811 €	64 740 €	174 892 €	188 192 €
CHARGES D'ENTRETIEN DES LOCAUX	236 824 €	63 346 €	155 718 €	187 581 €
CHARGES DE MAINTENANCE	185 828 €	172 239 €	157 279 €	209 617 €
CHARGES D'ENTRETIEN, DE REPARATION ...	360 511 €	74 984 €	152 828 €	293 975 €
CHARGES D'ASSURANCES	150 132 €	111 022 €	106 843 €	144 244 €
CHARGES DE PUBLICITE	537 301 €	214 828 €	288 141 €	434 542 €
CHARGES DE FONCTIONNEMENT ADMINISTRATIF	677 739 €	179 517 €	347 504 €	386 824 €
IMPOT ET TAXES DU DOMAINE PUBLIC	152 704 €	46 670 €	80 395 €	88 182 €
CHARGES DE PERSONNEL	2 241 609 €	1 916 736 €	1 874 804 €	1 988 961 €
AUTRES CHARGES DE GESTION	43 218 €	5 287 €	12 108 €	21 496 €
TOTAL CHARGES EXPLOITATION	6 525 329 €	3 283 903 €	4 498 712 €	5 450 346 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	1 665 145 €	1 062 904 €	1 009 831 €	1 133 870 €
DOTATION AU COMPTE GER	100 000 €	100 000 €	100 000 €	100 000 €
REDEVANCE USAGE MAIRIE	272 500 €	304 077 €	308 209 €	317 500 €
REDEVANCE POUR FR CONTRÔLE MAIRIE	5 000 €	5 000 €	5 000 €	5 320 €
AMORTISSEMENT DROIT D'ENTREE	334 523 €	367 159 €	367 159 €	284 254 €
DOTATIONS AUX AMORT SUR IMMOB	67 623 €	62 184 €	68 027 €	80 271 €
TOTAL CHARGES FINANCIERES	19 805 €	18 558 €	15 158 €	22 675 €
TOTAL PRODUITS FINANCIERS	- €	- €	- €	- €
RESULTAT FINANCIER	19 805 €	18 558 €	15 158 €	22 675 €
TOTAL PRODUITS EXCEPTIONNELS	- €	27 853 €	1 675 €	1 391 €
TOTAL CHARGES EXCEPTIONNELLES	- €	1 118 €	340 €	5 895 €
RESULTAT EXCEPTIONNEL	- €	26 835 €	1 335 €	4 504 €
RESULTAT AVANT IMPOT	865 695 €	1 893 047 €	147 612 €	319 346 €
IMPOTS SUR SOCIETES	224 789 €	6 000 €	5 826 €	- €
CARRY BACK	- €	231 453 €	- €	- €
RESULTAT	640 906 €	1 655 594 €	153 438 €	319 346 €

Compte GER de l'exercice 2022		
	Depenses eff	Dotation annuelle
Solde créditeur de l'exercice 2022	5 428 €	100 000 €
	94 572 €	

VII-3-Analyse du compte d'exploitation 2022

Un CA en augmentation de plus de 50% par rapport à 2021.

Malgré un premier trimestre encore impacté par la crise sanitaire et ses restrictions, l'activité du palais des congrès a repris dans de très bonnes conditions avec la confiance de nos clients.

Le CA a plus que doublé par rapport à 2021 (+111%).

Le CA des manifestations organisées par Dijon Congrexpo en augmentation de 30% par rapport à 2021 tient compte de la bonne tenue de l'édition 2022 de la foire avec un CA en progression de + 16% par rapport à 2021.

Cette performance, dans un contexte complexe de reprise après crise sanitaire, illustre la dynamique de reprise et la réactivité de Dijon Congrexpo.

Les autres produits d'exploitation intègrent l'aide coûts fixes rebond versée par l'Etat au titre de l'exercice 2021 impacté par le Covid mais perçue en juin 2022 pour un montant de 493 K€

Les charges d'exploitation contenues en 2022 : multipliées par 1,21 vs une progression de l'activité multipliée par 1.53.

L'impact de l'augmentation des coûts de l'énergie a été contenu grâce notamment à la signature en novembre 2019 d'un contrat d'approvisionnement en électricité de 3 ans.

Une augmentation de +18% a été constatée sur les coûts liés au chauffage RCU.

A noter que les coûts supportés par L'Association pour la production de son offre dans le cadre du renouvellement du contrat de DSP d'un montant de 452 K€ en 2022 n'ont pas été intégrés dans les comptes analytiques de la DSP et n'impactent donc pas le résultat analytique 2022 de la DSP.

De même, le résultat analytique 2022 de la DSP ne tient pas compte des coûts relatifs à la prolongation de la DSP sur 2023.

Tout au long de l'exercice, Dijon Congrexpo a accompagné et rassuré ses clients pour une reprise sereine de l'activité et a maintenu sa stricte vigilance sur la structure de ses coûts.

Ce qui a permis de dégager un résultat analytique du contrat positif de 319 346 €.

Toutefois ce résultat positif doit être retraité de l'impact de l'aide coûts fixes rebond d'un montant de 493 146 € perçue au titre de l'exercice 2021.

Soit un résultat analytique de la DSP 2022 de -173 800 € après retraitement.

VIII) Perspectives

VIII-1-Prolongation du contrat de délégation de service public en 2023

En conséquence de l'arrêté municipal en date du 30 décembre 2022, le contrat de DSP a été prorogé une première fois par voie d'avenant jusqu'au 14 février 2023 et une seconde fois jusqu'au 15 avril 2023.

L'activité sur cette période de prorogation du contrat étant structurellement déficitaire, la ville n'appellera aucune redevance.

La SPL Bourgogne Dijon Events exploitera à compter du 16 avril 2023 le Parc des Expositions et des Congrès de Dijon en vertu d'un contrat de DSP signé avec la ville de Dijon.

Les opérations de transfert du service public au nouvel exploitant sont prévues dans le contrat de DSP signé par l'Association et un bilan de clôture des comptes de la délégation au 15 avril 2023 sera établi par l'Association dans les six mois.

VIII-2-Continuité du service public, de la programmation et de la commercialisation

La dynamique enregistrée en 2022 devrait se poursuivre et s'amplifier en 2023 et 2024. En effet, au moment où ce rapport est rédigé, l'Association, dans le cadre de la poursuite de sa mission de service public, a commercialisé plus de 71 événements pour la période postérieure au 15 avril 2023 ; soit plus de 2 500 K€ de chiffre d'affaires.

Les contrats signés seront transférés à la société Dijon Bourgogne Events.

Annexes

Annexe 1 : Capacités et surfaces des ouvrages délégués
Annexe 2 : Procédure de gestion des non-conformités
Annexe 3 : Inventaire des biens au 31-12-2022
Annexe 4 : Liste des investissements 2022
Annexe 5 : Liste des investissements 2022 RP et RNP
Annexe 6 : Maintenance préventive 2022
Annexe 7 : Maintenance corrective 2022
Annexe 8 : Politique de développement durable
Annexe 8 Bis : Certificat ISO 21121
Annexe 9 : Maîtrise des impacts environnementaux
Annexe 10 : Actions d'insertion CREATIV
Annexe 11 : Suivi des indicateurs RSE
Annexe 12 : Maîtrise des processus RSE
Annexe 13 : Comptes annuels 2022 format CEP (annexe 16 du contrat de DSP)
Annexe 14 : Rapport du commissaire aux comptes
Annexe 15a : Attestation d'assurance RC
Annexe 15b : Attestation d'assurance dommages aux biens
Annexe 16 : Plan actualisé des dépenses programmées de renouvellement (annexe 14 du contrat de DSP)
Annexe 17 : Liste des manifestations accueillies en 2022
Annexe 18 : Périodes et durées de fermeture des ouvrages délégués
Annexe 19 : Livre ouvert à destination des remarques des clients
Annexe 20 : Planning des ouvrages délégués
Annexe 21 : Copie de l'état annuel DADSU
Annexe 22 : Tarifs de location 2022
Annexe 23 : Etat 2022 des sinistres et contentieux
Annexe 24a : Contrats de référencement traités
Annexe 24b : Contrats de référencement traités (suite)
Annexe 25 : Etat des impayés et non-valeurs 2022
Annexe 26 : Suivi 2022 - Energies et fluides RAD