



le Scarabée



Dossier de presse



Contact presse
Le Scarabée
Aline Thomassin
Tél : 04 77 69 37 30
aline.thomassin@gl-events.com



SOMMAIRE

1. Regards croisés : Le Scarabée et son impact pour l'agglomération roannaise

- Le point de vue de Christian Avocat, Président de Grand Roanne Agglomération
- 3 questions à Laurence Bussière, Directeur général du Scarabée
- Le point de vue d'Alain Sarfati, architecte, agence Sarea

2. Le Scarabée

- Cinq années de travail pour un grand projet
- Technologie et esthétisme au service d'un équipement haut de gamme : le Scarabée en chiffres
- La programmation

3. L'agglomération roannaise

- Les atouts d'une ville qui bouge
- Les chiffres clés de l'agglomération
- Les missions de Grand Roanne Agglomération

4. Le monde de l'événement

- Les chiffres de l'événement en France
- GL events, un groupe international au service du développement des territoires



1. Regards croisés : Le Scarabée et son impact pour l'agglomération roannaise

• Le point de vue de Christian Avocat, Président de Grand Roanne Agglomération

Le Scarabée est un très bel équipement dont la fonction essentielle est de contribuer à l'attractivité du territoire roannais. Il doit prendre sa place dans la stratégie de développement de l'agglomération à travers ses deux vocations : l'accueil de salons, congrès et manifestations à caractère économique et l'accueil de spectacles culturels.

Répondre aux attentes des Roannais et contribuer à la notoriété du territoire

L'accueil de spectacles et manifestations culturelles est la réponse à une attente exprimée par les habitants de l'agglomération : voir, entendre, apprécier des artistes en tournée à Roanne.

Avec le Scarabée, l'agglomération pourra accueillir des spectateurs venus des régions voisines. On le voit déjà avec le concert de Charles Aznavour le 6 décembre 2008 ou avec Francis Cabrel en 2009 qui attirent un public régional.

Le Scarabée permet ainsi de positionner Roanne parmi le réseau de villes pouvant accueillir des manifestations de cette envergure ; cela contribue à la notoriété de l'agglomération et à son rayonnement. Le territoire roannais se situe à la rencontre de trois régions, Rhône-Alpes, Bourgogne, et Auvergne. Dans ce paysage aux multiples facettes régionales, c'est une façon d'affirmer notre positionnement fort et reconnu.

Contribuer à la notoriété du territoire et valoriser l'économie roannaise

Le Scarabée fera venir des publics de la France entière dans le cas d'accueil de conventions d'entreprises, de congrès, de séminaires, de salons. Cela générera de l'activité pour Roanne et pour tous les professionnels concernés : restaurateurs, hôteliers, commerçants... Les participants à ces événements économiques pourront découvrir la richesse et la diversité de l'économie locale, ce qui contribuera au renouvellement de son image.

C'est bien cette double intention qui a motivé la création du Scarabée. Et c'est pour y répondre que nous avons engagé une démarche partenariale avec GL events.

Il s'agit maintenant de réussir pleinement la gestion et l'exploitation de cet équipement. C'est la mission confiée à GL events. Aussi je lui souhaite la plus belle des réussites. Celle de l'inauguration évidemment. Mais également une réussite qui s'inscrit dans le temps, et qui, par la diversité des fonctions du Scarabée, démontre que ce nouvel équipement prend bien sa place dans le projet de développement durable que porte l'agglomération.



• 3 questions à Laurence Bussière, Directeur général du Scarabée

Quel est selon vous le principal atout du Scarabée ?

Le Scarabée est une salle complètement modulable. Elle permet d'accueillir aussi bien des foires et salons que des spectacles. Le concept architectural répond parfaitement à cette volonté de l'agglomération d'offrir aux roannais un véritable lieu de rencontre et au territoire un outil de rayonnement à vocation plus économique.

En termes d'exploitation, le Scarabée est équipé de toutes les composantes d'un site d'exception : les loges pour l'accueil des artistes sont nombreuses et confortables, l'espace restauration permet de servir 1 000 couverts en simultané. Quant à la salle principale, le « clou du spectacle », c'est un espace qui permet d'accueillir 3 000 spectateurs en place assises, ce qui est une jauge parfaite pour la zone de chalandise de l'agglomération. En configuration « nue », le Scarabée dispose d'une surface de 5 000 m² bruts d'exposition, ce qui augure de beaux salons à venir.

Quelles synergies prévoyez-vous avec les autres sites du groupe GL events ?

En étant dans le réseau des sites GL events, le Scarabée bénéficie d'interactions avec d'autres salles régionales. Le Zenith d'Auvergne en est un bon exemple. La connaissance des producteurs nous permet de faire venir à Roanne des spectacles de qualité, avec de véritables têtes d'affiche dès l'année d'ouverture. Aujourd'hui, nous avons une demande forte des tourneurs et producteurs pour organiser des concerts et représentations à Roanne.

Et puis nous nous basons également sur une expertise, un savoir faire qui a fait ses preuves. L'objectif est pour nous – et quand je dis nous, je pense à tous les acteurs de l'agglomération – de professionnaliser l'accueil de manifestations pour en garantir la qualité et s'assurer du plaisir de nos publics.

Quelles sont les perspectives pour l'année à venir ?

Nous nous étions donné un objectif d'une trentaine de manifestations en 2009. A ce jour, nous sommes assurés de le dépasser. 9 spectacles ont déjà été programmés sur le premier semestre, avec de nombreux salons et autres événements ! Nous avons donc de bonnes raisons d'être optimistes.

Mais ne crions pas victoire trop vite. Il ne faut pas oublier que ce qui fera le succès du Scarabée, c'est la présence et le soutien de ses publics, et plus particulièrement des Roannais.



- **Le point de vue d'Alain Sarfati, architecte, agence Sarea**

Un tapis d'or s'est posé sur un objet périphérique non identifié.

Tombé du ciel, il est venu envelopper le Scarabée de Roanne, une salle "caméléon" aux multiples visages.

Le projet de l'agglomération roannaise était d'avoir une salle multifonctionnelle, à la fois culturelle et économique, qui puisse accueillir tous les publics. Les intentions de ce projet se sont concrétisées dans une réalisation singulière, ce que j'ai appelé « un objet périphérique non identifié » : on est un peu en-dehors de la ville, avec un objet qui a un pouvoir d'attraction, avec une forme suffisamment intrigante pour qu'elle donne envie d'aller voir. L'architecture a un rôle important à jouer. Ça passe par des formes, des matériaux, des évocations, l'utilisation de métaphores. Dès la présentation de ce projet, on a dit « c'est une forme animale ». Pour moi, plus qu'un Scarabée, ce bâtiment est un caméléon. Il change de couleur suivant la lumière, en fonction des activités.

Le principe architectural est d'abord fondé sur une fonctionnalité : c'est un outil qui doit fonctionner dans toutes les circonstances. Puisque c'est un outil culturel, il faut que tout le monde puisse assister aux spectacles dans de bonnes conditions. C'est aussi un outil économique, qui doit pouvoir accueillir des stands, des expositions. Il faut également pouvoir l'exploiter un peu à la manière d'un palais des congrès avec ses congressistes, ses réceptions, ses salles de commissions...

En même temps, c'est de l'architecture. C'est un bâtiment qui doit permettre la meilleure exploitation possible. Les considérations acoustiques ont induit l'utilisation de parois en béton. Les considérations thermiques ont amené à ajouter une sorte d'écorce, de double peau au bâtiment... et c'est à ce moment là que le bâtiment devient significatif et que le projet prend vie. C'est à partir de cette écorce que l'on plie, que l'on fait onduler, que l'on apporte une notion animale, une dimension aquatique. Peut-être qu'une nouvelle forme de mise en rapport entre architecture et nature est en train de naître... et peut-être que l'inauguration du Scarabée inaugure également une nouvelle relation entre architecture et ville.

Oser l'or, c'est choisir l'optimisme

Dans un monde qui prône l'austérité, le minimalisme, oser l'or est audacieux, particulièrement pour une collectivité. L'or n'est pas une couleur, c'est une matière. C'est selon moi un moyen d'endiguer le sentiment de morosité ambiant. A l'intérieur du Scarabée, il y a d'ailleurs beaucoup de couleurs. Dans les bureaux, les loges, dans le hall qui est rouge. Si la salle de spectacle est entièrement noire -ce qui ouvre le plus grand champ des possibles au niveau scénographique- ce hall est à la couleur des acclamations qui termineront tous les spectacles et événements du Scarabée.

Je suis un optimiste... utopiste d'une certaine manière. Et je crois qu'il faut aller de l'avant, que c'est une manière de montrer qu'il y a du changement possible, que la vie, c'est aussi du plaisir. J'aimerais que l'on puisse dire : « c'est un magnifique vaisseau ». On va lui souhaiter la plus belle des traversées et le plus grand succès pour cette agglomération roannaise qui a osé mettre un tel vaisseau à flots.



2. Le Scarabée

• Cinq années de travail pour un grand projet

Une réalisation d'une telle ampleur demande de passer par un grand nombre d'étapes avant l'ouverture. Le projet de cet équipement a demandé cinq ans de travail pour se concrétiser.

C'est en 2003 qu'un programmiste a été mandaté par Grand Roanne Agglomération pour étudier la faisabilité du projet, comparer des structures semblables dans d'autres villes et définir le programme, document décrivant toutes les fonctionnalités que l'équipement devra avoir pour atteindre les objectifs assignés par la collectivité.

C'est sur la base de ce programme que le concours d'architectes a été organisé en 2004. Plus précisément, c'est une équipe de maîtrise d'œuvre qui a été retenue, associant un cabinet d'architectes, un bureau d'études techniques, un acousticien, un scénographe...

Le projet architectural retenu a été finalisé pendant près de deux ans pour aboutir au projet définitif et enfin au cahier des charges pour les entreprises devant construire, aménager et équiper le bâtiment.

23 entreprises différentes sur le chantier

A l'issue d'un appel d'offres européens, 23 entreprises ont été sélectionnées en 2006 pour intervenir sur le chantier, des terrassements et du gros œuvre jusqu'aux aménagements intérieurs : électricité, sonorisation, gradins, machinerie scénique... Le chantier a démarré en novembre 2006 pour s'achever à l'automne 2008, soit une durée de près de deux ans.

En parallèle, après une consultation lancée en 2006, la collectivité a retenu début 2007 la société gestionnaire de l'équipement, GL events, dans le cadre d'une délégation de service public.

Un investissement de 19 millions d'euros

En incluant non seulement le chantier lui-même, mais aussi le coût des études et des acquisitions de terrains, la réalisation du Scarabée aura représenté un coût total de 19,3 millions d'euros hors taxe. Bien évidemment, Grand Roanne Agglomération n'aurait pu supporter seul un tel investissement. Des subventions importantes ont donc été mobilisées par nos partenaires pour aider à le financer : Union européenne, Etat, Région Rhône-Alpes et Conseil général de la Loire. En tout, ces quatre financeurs ont apporté 8,7 millions d'euros.

Les partenaires du projet Scarabée :

• Région Rhône Alpes	2 670 000 €HT
• Département de la Loire	1 300 000 €HT
• FEDER	3 000 000 €HT
• FNADT	1 700 000 €HT



- **Technologie et esthétique au service d'un équipement haut de gamme : le Scarabée en chiffres**

Le bâtiment

- 103 m de long, 68 m de large et 21 m de hauteur
- 6 600 m² de bâtiment dont :
 - Plateau pluri fonctionnel : 3100 m²
 - Espace d'accueil : 1 050 m²
 - Salles de conférences et d'expositions : 350 m²
 - Gradins fixes : 654 m²
 - Zone logistique pour les événements : 320 m²
 - Zone administrative et de service : 125 m²
 - Espace bar - zone traiteur : 222 m²
 - Locaux annexes : 425 m²
 - Locaux techniques : 641 m²

Sa capacité

- 5 500 personnes en configuration maximale (3 000 personnes assises)
- 1 000 places en gradins fixes
- 1 500 places en gradins mobiles
- 400 m² de plateau de scène

L'extérieur

- 45 000 m² de surfaces extérieures
- 1 000 places de parking
- 20 places d'autobus
- 12 000 m² d'espaces d'exposition extérieurs



• La programmation

Le Scarabée accueillera son premier spectacle le 6 décembre prochain avec Charles Aznavour, spectacle suivi de 2 semaines de programmation inaugurale avec :

Lundi 8 et mardi 9 décembre

Pleins feux sur les artistes roannais - Entrée gratuite - De 19h à 23h30

Le lundi 8 décembre :

Une programmation grand public et familiale mêlant différents genres musicaux : jazz, classique, variété et musiques du monde, avec : Chorale La Source Rêv'ado, Big band du Siemar (jazz), Chorale Rhapsodia, La Bande à part (variétés chorégraphiées), Ensemble vocal de Roanne (100 choristes), Toma ça (musiques du monde), Groupe Lyrique Simone Ojardias (opérette), No'Made (danse urbaine).

Le mardi 9 décembre :

Les Tit'Nassels (duo roannais atypique de la scène française), Kamawa, Zaz, Wax, Haunted Candy Shop, Cartel 312 (rap R'n'B), Mato (nouvelle formation rock incisive avec Ax'1 des Tit'Nassels dans un tout autre registre), Sylvain Giraud and friends (pop intimiste).

Mercredi 10 décembre

Concert de Lorie : Tour 2LOR - 20h - Places assis/debout non numérotées

Les 12-13-14 décembre

Salon de Noël - entrée gratuite

Les 16 & 17 décembre

InTextile biennale de Roanne :

Show mode le 16 décembre - 20h30

Un conte de fée raconté par les entreprises du textile

Samedi 20 décembre

Chantal Goya

HAPPY BIRTHDAY MARIE-ROSE ! - 16h - places assises numérotées

Dimanche 21 décembre

Valses viennoises et valses célèbres - 15h - places assises numérotées



L'année 2009 sera marquée par de nombreux événements, publics ou privés :

- | | |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 8 janvier | 100 ans Cegelec
Événement d'entreprise - privé |
| 16 janvier | 100 violons tziganes - 20h30
Concert classique |
| 20 janvier | Journée événementielle Elan bureautique
Événement d'entreprise - privé |
| 22 janvier | Julien Clerc - 20h
Concert |
| 24 janvier | «Les hommes viennent de Mars, les femmes de Vénus» - 20h
Théâtre |
| 7 février | Age tendre et tête de bois - 14h30 et 20h30
Concert |
| 12 février | Extra / Les Étoiles des cirques du monde - 20h30
Spectacle vivant |
| 20-21-22 février | Salon La Rose des Vins
Salon grand public |
| 24 février | Francis Cabrel - 20h30
Concert |
| 6 - 7 - 8 mars | Salon de l'Habitat et du bien-être
Salon grand public |
| 13 -14 - 15 mars | Salon de l'Auto et des véhicules de loisirs
Salon grand public |
| 17 mars | Saint-Patrick / Celtic dance avec le bagad avel mor - 20h30
Spectacle |



25 - 26 - 27 - 28 mars Michel Voyages / Déjeuners spectacles sur le thème «Festival de la musique baltique »

1^{er} avril Patricia Kaas - 20h30
Concert

22 avril Elie Semoun – 20h
Spectacle Humour

24 avril Remises de médailles - Barriquand
Evénement d'entreprise – privé

9 - 10 - 11 - 12 oct. Foire du Roannais
Salon grand public

21-22 novembre Salon de la Gastronomie du Coteau – 27^{ème} édition
Salon grand public

26 - 27 - 28 - 29 nov. Michel Voyages - Journées retrouvailles / Déjeuners spectacles

11 - 12 - 13 déc. Salon de Noël
Salon grand public



- **Zoom sur... l'arrivée de nouveaux professionnels dans l'agglomération**

Chargé d'affaire : au cœur de l'événement

Anne-Sophie Vernay, 24 ans, chargée d'affaire audiovisuel

Qu'est-ce qu'un chargé d'affaire ?

Le chargé d'affaire est un relais entre le client, le service commercial et les services techniques. Il doit répondre aux exigences du client en choisissant les meilleurs profils et les meilleurs produits pour satisfaire à ses besoins. On monte une équipe, on organise la prestation puis on veille à ce que tout se passe au mieux, qu'il n'y ait ni retard ni dépassement de budget. En parallèle, on s'occupe du suivi administratif de la prestation. Nous sommes des « petits » chefs de projet de l'Audiovisuel, en quelque sorte.

D'après vous, quelles sont les qualités nécessaires pour exercer ce métier ?

Qui dit organisation dit rigueur ! Sans être trop « scolaire », toutefois, puisqu'il faut savoir s'adapter à la prestation, aux exigences du client, aux produits, aux équipes. Bien sûr, il faut être un bon communicant et savoir travailler en équipe puisqu'un projet ne se monte pas tout seul. La gestion de la pression et de son temps est également une donnée importante. J'ajouterai qu'étant la seule femme dans une équipe de huit chargés d'affaire, il faut avoir du caractère (rires) !

Quel parcours pour devenir chargé d'affaire ?

Il n'y a pas de parcours prédéfini. Pour ma part, j'ai toujours été passionnée par les métiers de l'Audiovisuel, de l'Événementiel. Petite, je voulais devenir ingénieur du son mais, après un B.T.S audiovisuel en gestion de production, j'ai intégré une école de commerce. Le mélange de ces deux formations plus ma passion pour ces métiers de l'Audiovisuel m'ont amené vers ce poste.

Que pensez-vous de votre mission ?

C'est un métier en constante évolution ! Les produits avec lesquels nous travaillons évoluent sans cesse ce qui nous demande une forte capacité d'adaptation. Comme je débute, j'apprends de nouvelles choses tous les jours, chaque prestation est différente et l'on rencontre de nouvelles personnes sans arrêt. Et cela rend notre métier encore plus captivant.



Chef de chantier : un poste stratégique

Orlando Brigida, 42 ans, chef de chantier

Qu'est-ce qu'un chef de chantier ?

A mes yeux, un chef de chantier est en quelque sorte l'aboutissement d'un projet. Pour le client, il est le dernier maillon de la chaîne, le dernier contact. C'est lui qui laisse la dernière impression, la dernière image de la société. Bonne ou mauvaise... Il s'agit donc d'un poste stratégique qui implique beaucoup de rigueur, une motivation sans faille afin de fédérer tous les autres corps de métier. Un chef de chantier doit communiquer son énergie à ses équipes.

Justement, d'après vous, quelles sont les qualités nécessaires pour exercer ce métier ?

A mon sens, il faut une grande disponibilité, un investissement personnel certain. Il faut payer de sa personne en termes d'horaires. C'est un métier où il est impossible d'être aux 35 heures. Un chef de chantier doit être rigoureux, dynamique, mais il doit également savoir se remettre en question. Il faut, en effet, constamment relever des challenges compliqués. A chaque chantier, c'est mission impossible. Personnellement, c'est ce qui me plaît dans ce métier. Entre les lieux, les personnes, les défis à relever, ce n'est jamais pareil.

Quel est le parcours à suivre pour devenir chef de chantier ?

En ce qui me concerne, je viens du bâtiment. Je dirais que c'est une bonne école pour devenir chef de chantier parce que dans le bâtiment on croise de nombreux corps de métier. Cela étant, pour occuper un tel poste, il n'y a pas de formation idéale. L'essentiel est d'être débrouillard, de faire preuve d'astuce. Aujourd'hui plus encore qu'hier car on nous demande parfois de réaliser certains projets en trois jours alors qu'il en faudrait dix...

Que pensez-vous de votre mission ?

Pour moi, cette mission est magique. C'est la plus excitante, la plus valorisante qui soit. Tous les jours j'apprends des choses nouvelles. Dans ce métier, il y a tellement de choses à maîtriser qu'on n'a jamais réellement fait le tour d'une telle mission. Aucun chantier ne ressemble à un autre chantier.



Coordinateur de projet événementiel : un métier en devenir

Vincent Perronnet, 42 ans, responsable d'agence

Qu'est-ce qu'un coordinateur de projet événementiel ?

Le coordinateur de projet est là pour conduire et suivre l'évolution d'un chantier, ce qui nécessite d'en connaître au préalable tous les rouages. Il est le responsable des délais et de la qualité ; et a pour mission d'assurer la coordination et la circulation de l'information entre les différents acteurs concernés. Il doit également être en mesure de prendre des décisions et de répondre à toutes les interrogations provenant des équipes ou du client.

D'après vous, quelles sont les qualités nécessaires pour exercer ce métier ?

Bien connaître son métier, celui d'où l'on vient, mais aussi apprendre ceux que l'on ne connaît pas ! Autre qualité essentielle : savoir gérer le stress, le sien mais aussi celui des équipes, voire celui du client. On ne doit jamais se laisser déborder et éviter tout stress inutile ! Ajoutons à cela l'écoute, les qualités de management et de réactivité. Coordinateur de projet, ce n'est pas qu'un poste technique, il y a également beaucoup de gestion de l'humain.

Quel est le parcours à suivre pour devenir coordinateur de projet événementiel ?

Je ne connais pas vraiment les formations spécifiques à ce type de responsabilités. Pour ma part, j'ai commencé dans l'ingénierie informatique, puis je me suis dirigé vers l'assistance de maîtrise d'œuvre pour de la muséologie avant de rejoindre le groupe GL events.



3. L'agglomération roannaise

• Les atouts d'une ville qui bouge

Roanne, port de plaisance, est une ville d'eau traversée par le fleuve Loire, source du « canal tranquille ». Située en aval du Lac de Villerest. Roanne est aussi une ville verte, porte d'entrée du futur Parc Naturel Régional des Monts de la Madeleine. Célèbre dans le monde entier grâce à ses toques étoilées, Roanne est une ville métisse qui a su intégrer des influences bourguignonnes, auvergnates et lyonnaises.

Les principales activités industrielles du Roannais sont la confection, l'agroalimentaire et la construction mécanique.

7 pulls « made in France » sur 10 sont fabriqués dans le Roannais.

Roanne détient le record national concernant le nombre de Meilleurs Ouvriers de France récompensés pour les métiers de bouche.

Le savoir-faire textile

La vitalité des entreprises du secteur textile a permis à la région Rhône-Alpes de se positionner au 1^{er} rang français.

Cette région emploie 19 % des effectifs nationaux de la filière (47 000 salariés).

Depuis plus d'un siècle, le Roannais est une de places textiles les plus performantes de France.

Aujourd'hui, avec 285 entreprises et 5 187 salariés, l'industrie textile représente environ 40 % des emplois industriels du Roannais.

Roanne est unanimement considérée comme la capitale française du Prêt-à-Porter « maille ».

Des entreprises leaders : Bel Maille, Devernois, Jalla, Jeanine Pauporté...

La région de Roanne est une des premières régions françaises de la confection et de l'habillement, fournisseur de grandes marques mondialement connues : Dior, Chanel, Yves Saint-Laurent, Hermès...

Les différents secteurs du textile :

- Teinture, apprêt, ennoblissement
- Tricotage et confection
- Tissage
- Broderie



L'agroalimentaire

Le Roannais est un des principaux pôles agricoles du département de la Loire, riche en ressources naturelles. Il représente, dans le seul secteur agroalimentaire, un quart des entreprises du département et regroupe plus de 1 600 salariés ainsi qu'une importante plate-forme agroalimentaire.

Des marques connues : le lait Candia, les papillotes Révillon, les eaux minérales de Saint-Alban les Eaux et de Sail les Bains, Valentin Traiteur...

La mécanique

Le Roannais tient une place importante dans l'industrie mécanique rhônalpine. L'industrie des métaux génère 25% des emplois industriels roannais soit près de 4 500 salariés. Elle rassemble une large gamme de métiers : chaudronnerie, fonderie, mécano-soudure, traitement de surface... On compte également des entreprises spécialisées dans la métallurgie de transformation : biomécanique, mécanique de précision, automatismes, analyses et essais...

Des entreprises leaders : Nexter, Barriquand (matériel d'équipement pour l'agroalimentaire), Manitowoc (grues)...

Le tertiaire

Roanne compte 2 centres d'appels, Transcom Worldwide et Laser contact, employant plus de 600 télé-conseillers.

Le Télépôle, centre régional pour les entreprises du numérique, accueille des start-up dans les nouvelles technologies. Il est la plateforme d'accès haut-débit du nord du département

Chiffres-clés :

- 49 entreprises
- 1 600 salariés
- 17,4% des exportations industrielles roannaises
- 8,3 millions de consommateurs dans un périmètre de 150 km.

Chiffres-clés :

- 172 entreprises
- 4 500 salariés dont plus de la moitié travaillent pour l'armement et l'aéronautique.
- 36% des exportations de l'industrie Roannaise
- 25% des entreprises certifiées ISO 9000, RAQ, TÜV, U-STAMP, LLOYD'S.

Chiffres-clés :

- 2 centres d'appels
- 600 salariés
- 20 entreprises au sein du Télépôle



• Les chiffres clés de l'agglomération

Une agglomération de 73 009 habitants

Les six communes de l'agglomération totalisent 73 009 habitants (données du recensement 1999)

- Roanne 40 121 hab.
- Riorges 10 290 hab.
- Mably 7 807 hab.
- Le Coteau 7 548 hab.
- Villerest 4 384 hab.
- Commelle-Vernay 2 859 hab.

L'aire urbaine de Roanne en 1999, selon la classification INSEE, compte 104 892 habitants ce qui la classe au 72^e rang français sur 354 aires urbaines recensées.

- Superficie : 97 km²
- Altitude : 258 à 447 mètres
- Longitude de Roanne 4°5' ouest et Latitude 46°2' nord
- Densité de population : 733 hab./km²
- 31 903 ménages
- Population active : 31 424
- 2 500 entreprises dont 27 de plus de 100 salariés
- 1 800 étudiants



• Les missions de Grand Roanne Agglomération

Grand Roanne Agglomération, établissement public de coopération intercommunale, regroupe six communes. La collectivité œuvre au développement et à l'aménagement de son territoire et rend des services quotidiens à ses habitants en matière d'environnement. Elle agit dans le respect des principes du développement durable et de la démocratie participative. Ses compétences sont regroupées en trois grands domaines.

Développement

- Promotion et prospection économique. Soutien à la création et à l'accueil d'entreprises.
- Soutien à l'enseignement supérieur et à la formation.
- Promotion des technologies de l'information pour les entreprises et le grand public.
- Aménagement des sites touristiques et promotion touristique.
- Actions de suivi, de défense, de promotion des liaisons routières et ferroviaires.

Aménagement

- Programme local de l'habitat. Actions pour l'amélioration de l'habitat et en faveur du logement des personnes défavorisées.
- Politique de la ville.
- Transports et déplacements urbains.

Environnement

- Collecte et tri des déchets ménagers.
- Travaux hydrauliques de protection contre les crues.
- Protection et valorisation écologique et touristique du fleuve Loire.
- Lutte contre la pollution de l'air et les nuisances sonores.



4. Le monde de l'événement

• Les chiffres de l'événement en France*

*Source : étude annuelle menée conjointement par FSFC, la CCIP, France Congrès et la Fédération des Sem auprès de 40 sites (parcs d'exposition et centres de congrès)

Sur 39 sites concernés :

4 843 manifestations parmi lesquelles :

- 1 678 réunions d'entreprise
- 956 foires et salons
- 668 congrès
- 376 spectacles
- 303 manifestations culturelles et sportives
- 252 concours – examens
- 944 autres événements (défilés, cocktail, mariages, etc.)

La répartition des manifestations (en nombre) suivant leur audience est la suivante :

- > 8,3% sont des manifestations internationales
- > 31,6% sont d'audience nationale
- > 54,3% d'audience régionale,

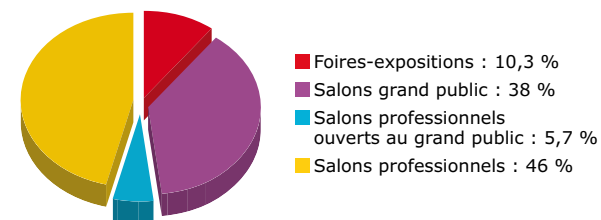
Et 5,8% ne sont pas renseignées.

L'activité Foires et Salons des sites étudiés

956 foires et salons ont été recensés

Répartition en m²/jours couverts occupés de foires et salons en 2007

(sur la base de 34 sites ayant renseignés les données relatives aux surfaces occupées)





- **GL events, un groupe international au service du développement des territoires**

GL events, opérateur en 2007 de 28 sites, est présent dans la gestion des cinq grands types d'espaces : parcs d'expositions, palais des congrès, salles multifonctionnelles et arénas, espaces réceptifs.

Des espaces multifonctionnels

Au cours des cinq dernières années, les événements ont évolué dans leur forme et leur organisation : certains congrès augmentent leur partie exposition, et à l'inverse, on ne compte plus les expositions ou salons qui accueillent en parallèle des cycles de conférences.

Les sites se sont adaptés avec l'émergence d'espaces événementiels de plus en plus multifonctionnels, pouvant accueillir toutes sortes de manifestations. Le Scarabée en est un parfait exemple.

En France :

Lyon - Parc des Expositions Eurexpo - 106 000 m²

Lyon - Cité Centre de Congrès - 25 000 m²

Lyon - Château de Saint-Priest - 700 m²

Paris - Parc Floral - 22 000 m²

Paris - Hotel Salomon de Rothschild - 1 400 m² et un jardin de 2 200 m²

Toulouse - Parc des Expositions - 90 000 m²

Toulouse - Centre de Congrès Pierre Baudis - 16 000 m²

Metz - Parc des Expositions Métropole - 26 000 m²

Nice - Parc des Expositions et Palais des Congrès Acropolis - 30 000 m²

Cournon d'Auvergne - Parc des Exposition et Zénith de la Grande Halle d'Auvergne - 19 000 m²

Clermont-Ferrand - Centre d'Expositions et de Congrès Polydome - 14 000 m²

Saint-Étienne - Centre de Congrès - 8 000 m²

Saint-Étienne - La Verrière - 1 400 m²

GL events et la gestion d'espace

(chiffres 2007)


Plus d'1 million de m² : ensemble des espaces d'expositions et d'événements gérés par le groupe

2 600 manifestations accueillies

9,5 millions visiteurs et congressistes

28 sites gérés

620 collaborateurs



Saint-Étienne - Le Grand Cercle - 700 m²
Roanne - Le Scarabée - 16 000 m² dont 4 000 m² couverts
Vannes - Parc des expositions «Chorus» - 5 500 m²

A l'international :

Barcelone (Espagne) - Centre de Conventions International - 80 000 m²
Budapest (Hongrie) - Hungexpo - 75 000 m²
Padoue (Italie) - PadovaFiere - 150 000 m²
Bruxelles (Belgique) - Le Square - 10 000 m²
Turin (Italie) - Lingotto Fiere - 74 000 m²
Londres (Grande Bretagne) - Battersea Park - 8 300 m²
Rio de Janeiro (Brésil) - Rio Centro - 87 000 m²
Rio de Janeiro (Brésil) - HSBC Arena - 64 000 m² et 15 000 places
Curitiba (Brésil) - Centre de Convention Estação Embratel - 2 700 m²
Shanghai (Chine) - Pudong Expo - 15 000 m²
New York (USA) - La Venus - 1 700 m²

Une activité en synergie avec les autres métiers du groupe

Activité au cœur de la stratégie de croissance du groupe, elle en intègre les trois compétences clés : organisation d'événements, gestion d'espaces, services. GL events répond ainsi aux demandes de ses clients par une offre intégrée unique « conception d'événement + lieu ».

Un espace événementiel est avant tout un lieu qui permet le développement d'un territoire

Pour Laurence Bussière, directeur général du scarabée « *un espace événementiel accueille aussi bien des publics de proximité que des publics plus lointains. Aussi l'objectif de GL events est bien d'accompagner les territoires dans la mise en avant de leurs atouts, en apportant sa valeur ajoutée à la gestion et la promotion de ces infrastructures. Il s'agit d'un travail collaboratif avec la collectivité, qui a investi pour ses habitants et vise au rayonnement de son territoire. Un site d'événement ne se développe que par la volonté de ses commanditaires, l'expertise de son exploitant et l'appropriation de ses publics.* »