



20, 21, 22
novembre 2012
Paris - Porte de Versailles

salondesmaires.com



**LE GRAND RENDEZ-VOUS
DE L'ACHAT PUBLIC**



21 ans de collaboration efficace entre le **Groupe Moniteur** et l'**Association des Maires de France**, créateurs et partenaires historiques du Salon des Maires



GROUPE MONITEUR

Leader français de l'édition de contenus et de services professionnels pour la Construction et les Collectivités Locales



Créée en 1907, force de proposition et de représentation auprès des pouvoirs publics (36 113 adhérents) organisateur du Congrès des Maires



L'événement annuel incontournable du secteur des Collectivités Locales qui réunit tous les grands acteurs de la commande publique pour débattre, partager les expériences, faire évoluer et mutualiser les pratiques pour mieux acheter et investir

DES TEMPS FORTS

- Le **94^{ème} Congrès des Maires et Présidents de communautés de France**, moment traditionnel de rencontre, d'échange et de réflexions entre élus locaux venus de la France entière, a permis, dans un contexte électoral chargé, de traiter tous les sujets de l'actualité territoriale intéressant à la fois les élus et les citoyens, à travers plus d'une vingtaine de débats, ateliers et points-info.
- **Les prix reconnus et attendus du Salon des Maires** qui récompensent savoir faire, talents, créativité, innovations au cœur des politiques locales
 - Le concours des **Prix de l'Innovation du Salon des Maires 2011** destiné à récompenser les produits, procédés, matériels, systèmes, techniques ou services innovants.
 - La **2^{ème} édition des Prix des Collectivités Accessibles** qui ont pour objectif de récompenser la politique volontariste des collectivités en faveur des personnes en situation de handicap.
 - Les **Trophées de la Commande Publique** (4^e édition) qui ont pour vocation de récompenser les organisations soumises au Code des Marchés Publics ou à l'ordonnance du 6 juin 2005 (Etat, collectivités, hôpitaux, établissements publics, chambres consulaires...) qui cherchent à améliorer l'efficacité de leurs politiques d'achat.

CHIFFRES CLES 2011

UN SALON QUI RESISTE BIEN A LA CRISE



3 JOURS sur 4 PAVILLONS / Porte de Versailles

57 962 visiteurs (vs 57 328 en 2010) en constante augmentation



840 exposants, sur 55 500 m²

9 zones thématiques et 150 secteurs d'activité économique



Plus de 70 conférences et 9 ateliers techniques pour un total cumulé de 4 503 auditeurs



555 journalistes accrédités représentant 333 médias

657 parutions presse



10 prix et autres trophées décernés



QUI

VISITE ?

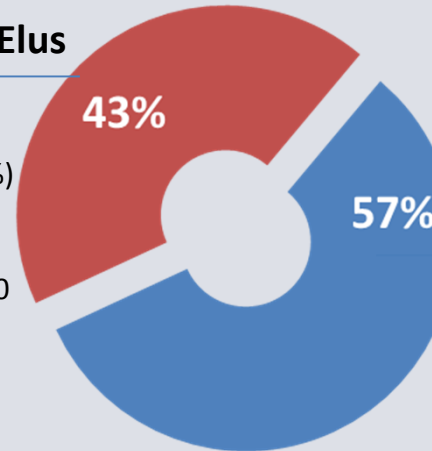
61% de visiteurs du **Secteur Public**
(dont 76% de communes et 8% d'EPCI)



- essentiellement des **Maires adjoints** (51%)
- ou des **Maires** (24%)

de communes de 10 000 habitants et moins)

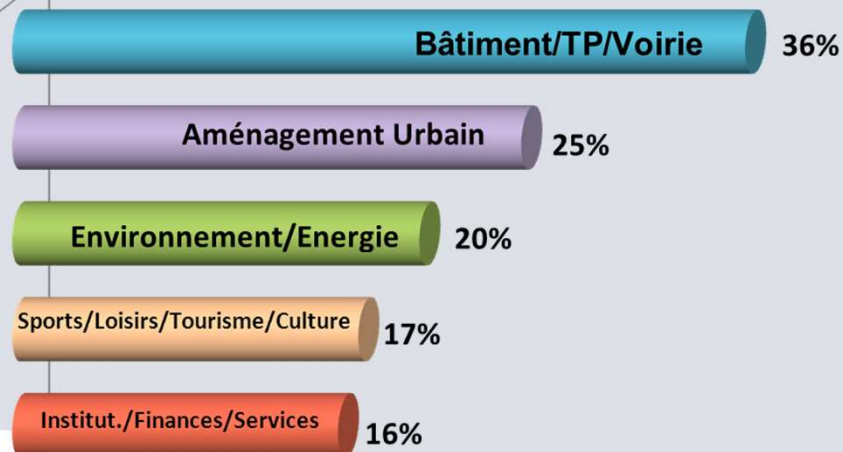
Elus



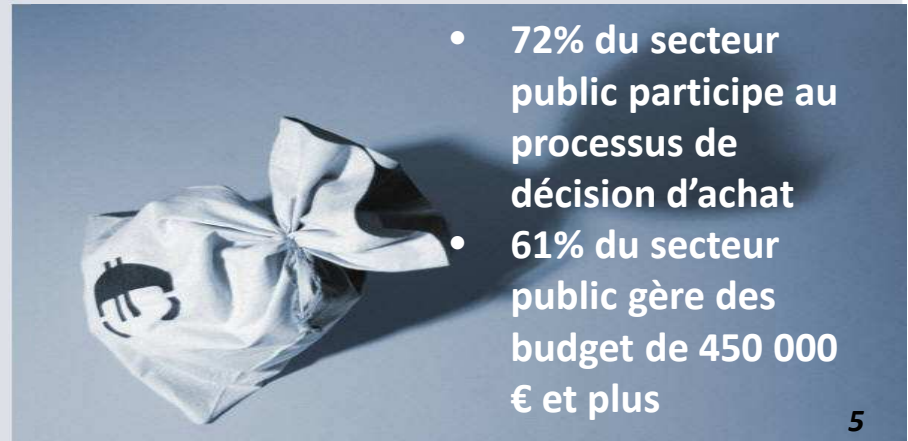
Fonctionnaires ou **contractuels** en poste dans une collectivité ou une administration

- Techniciens (18%)
- Ingénieurs (12%)
- Employés (18%)
- Directeurs de services (18%)
- DG, DGS/DGA/DGSA (12%)
- Chargés de missions (8%)

Principaux domaines d'intervention :

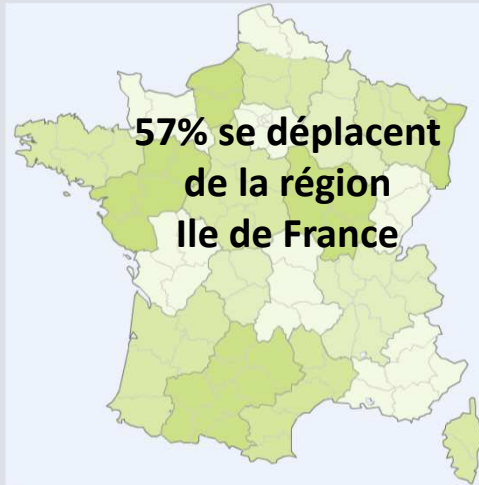


Des Elus décideurs dans le processus d'achat ou d'investissement et des non-élus davantage impliqués dans les procédures d'appels d'offres



QUI

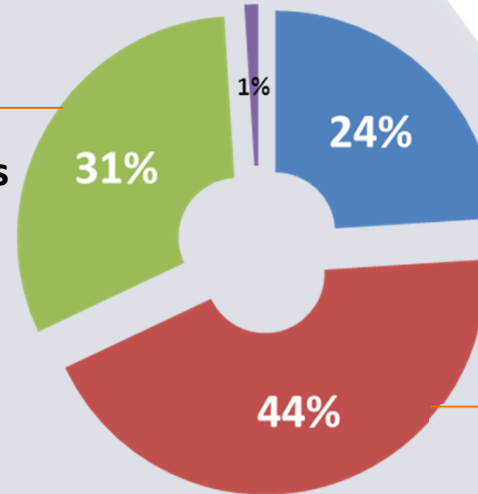
VISITE ?



39% de visiteurs du **Secteur Privé**



Prestataires/
Fournisseurs des
exposants

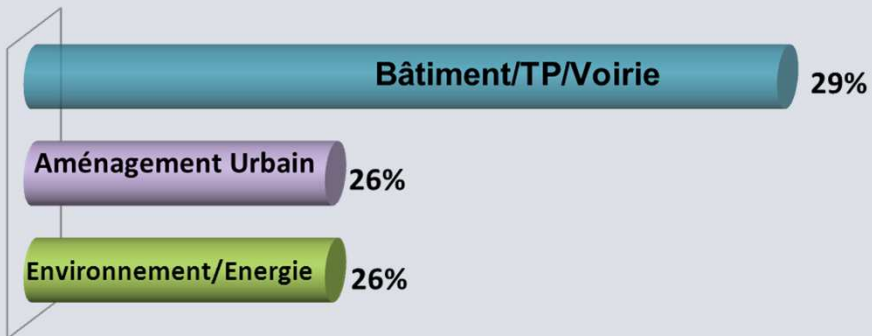


Utilisateurs/Acheteurs

Prescripteurs/Conseils
aux collectivités

Ils travaillent essentiellement dans des **entreprises de services**, de conseil ou de maîtrise d'œuvre, majoritaires devant les entreprises industrielles ou de construction.

Principaux domaines d'intervention :



46 % déclarent participer au processus d'achat :

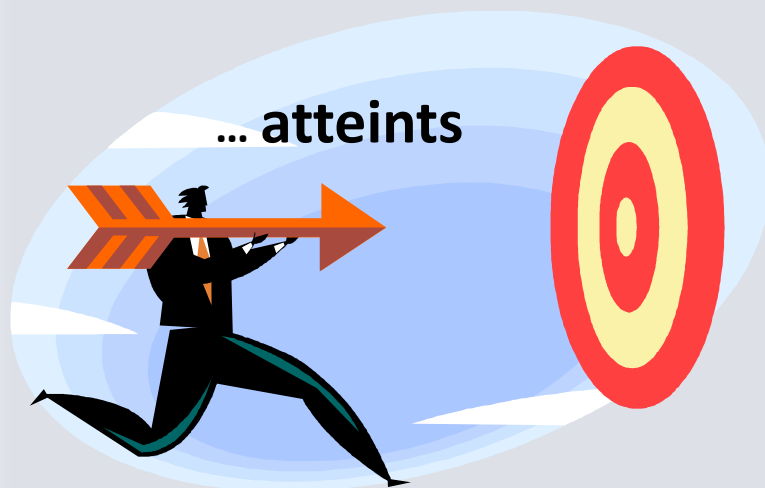
- 64 % parmi les utilisateurs
- 68 % ont un rôle de décideur
- 49% indiquent des projets



SATISFAITS

Objectifs de visite...

Information générale, Recherche de nouveautés, information en vue de projets, rencontre de leurs fournisseurs, veille technologique, rencontre avec leurs homologues, suivi d'ateliers/conférences



➤ **85 % pensent renouveler leur visite en 2012**

- **94%** sont satisfaits de leur visite (large appréciation pour la 3^{ème} année consécutive)
- **90%** des personnes ayant signifié des projets (68% des visiteurs) sont venues sur le salon pour les préparer et sont satisfaites par rapport à cet objectif
- Ils ont apprécié les **outils**
 - **d'accompagnement du Salon** : le Quotidien (94%); L'Essentiel (programme du salon) et la Lettre du salon (92%)
 - et **d'organisation du salon** en terme d'accueil, de qualité des exposants (96%), d'implantation des secteurs dans les différents pavillons...

QUI

EXPOSE ?

840 exposants en 2011
Sur 55 500 m²



Environnement/Energie
Aménagement urbain/
Matériels/Transport/Véhicules

34%
d'exposants

18%
d'exposants

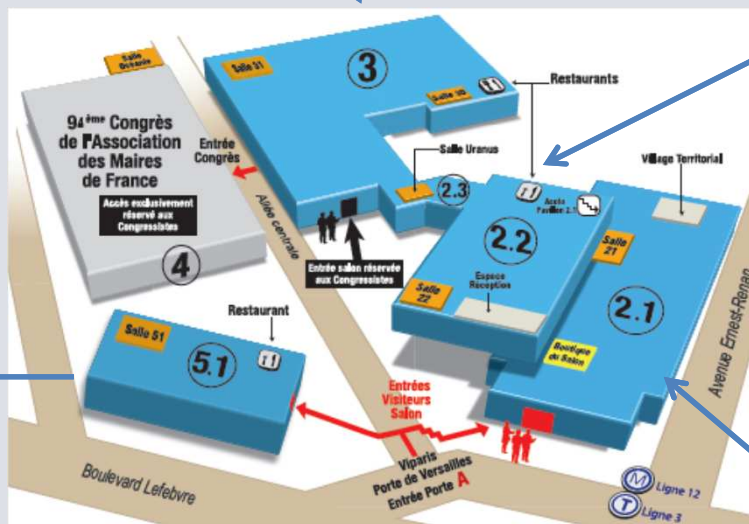
BTP/Voirie
Aménagement urbain

11%
d'exposants

Aires de jeux/Equipements sportifs
Sport/loisirs/tourisme/culture

34%
d'exposants

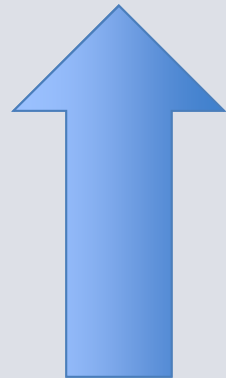
Informatique/Télécoms
Institutionnels/Finances/Services
Enfance/Jeunesse/Education



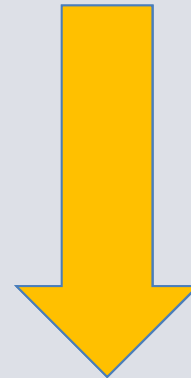
PARTICIPATION REUSSIE

Le SMCL leur a permis d'atteindre leurs objectifs :

1. Rencontrer des élus (76%)
2. Développer de nouveaux contacts et identifier des prospects (70%)
3. Améliorer leur notoriété et leur image de marque (59%)
4. Présenter leurs nouveautés (48%)



- Une organisation plébiscitée
 - Assistance technique et logistique (83%)
 - Relations avec l'équipe commerciale
- Des outils de promotion appréciés
 - catalogue, invitation papier, e-invitation, plan du salon



Des points d'organisation à améliorer

- Montage/Démontage
- Signalétique
- Orientation du Salon
- Visibilité du Hall 5

➤ **Des exposants de plus en plus fidèles (71%)**

➤ **81 % pensent participer à l'édition 2012**



POURQUOI

EXPOSER au Salon des Maires 2012 ?



1 Dynamiser votre business

- Renforcer votre notoriété et votre image
- Fidéliser vos clients
- Multiplier les contacts, les rencontres avec les collectivités
- Découvrir les tendances de votre secteur
- Bénéficier d'une couverture médiatique exceptionnelle

89 %
de satisfaction
concernant la
qualité des
visiteurs en 2011

Bénéficier de la puissance et de l'expertise du Salon des Maires pour rencontre vos cibles prioritaires :

- Les élus (pour 77% des exposants)
- Les directeurs des services techniques (48%)
- Les présidents de communes (31%)
- Les DG des services (24%)
- Les maires adjoints (22%)
- Les directeurs des achats (21%)

2 Etre au plus près de votre marché

- 9 zones thématiques
- 150 secteurs d'activité économique



Notre ambition :
être au cœur de votre réussite

POURQUOI

EXPOSER au Salon des Maires 2012 ?



2011

Dans un environnement économique peu porteur l'investissement local a bien résisté

... Montant des investissements locaux en 2011

51,9 mrds €
(+2,9 %/2010)



2012

- Approche des élections en 2012 et 2014, besoins d'investissement toujours présents (Grenelle de l'Environnement, Accessibilité,

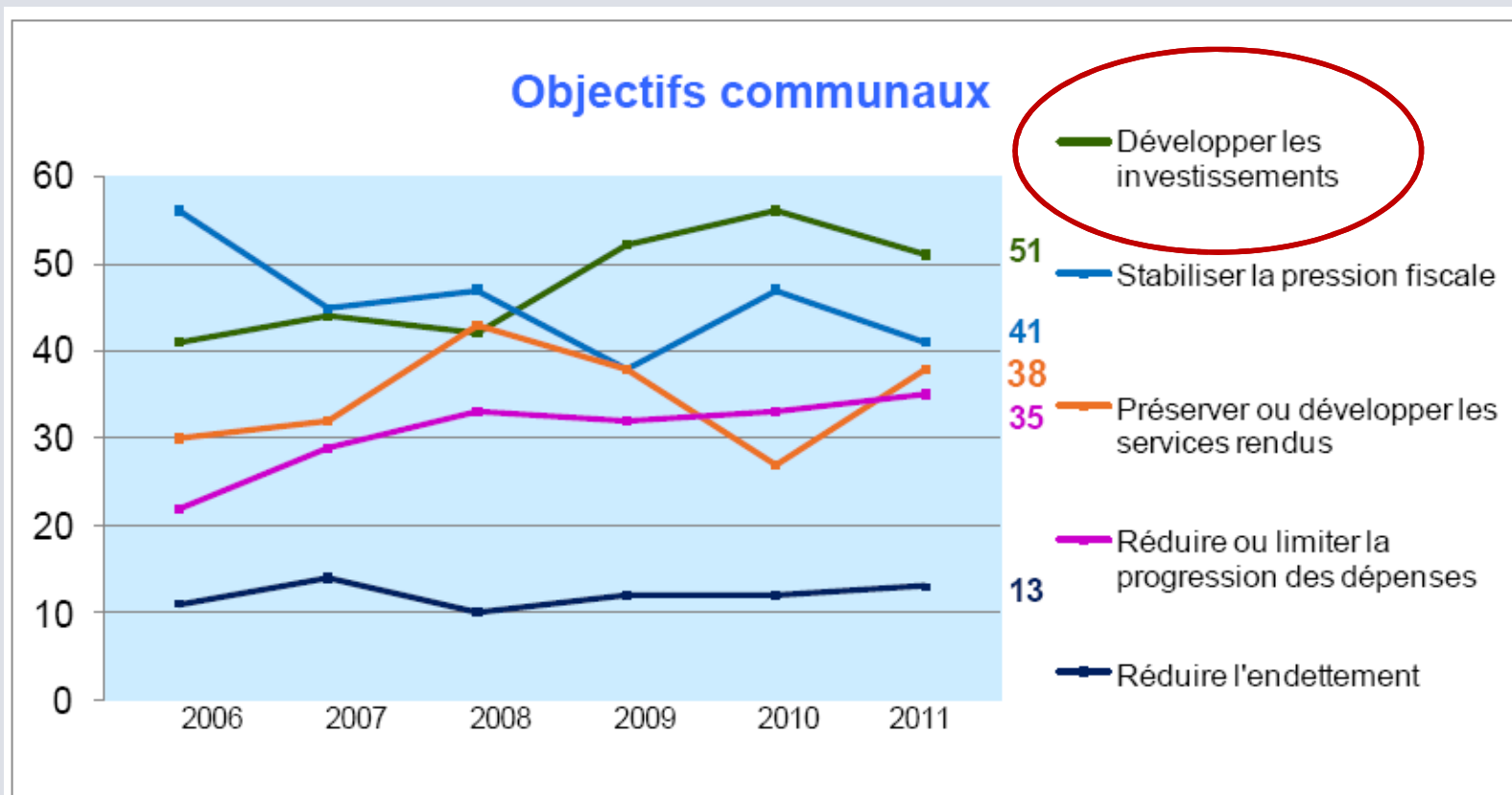
RT 2012)



Les élus sont déterminés à maintenir leurs investissements en 2012

EXPOSER au Salon des Maires 2012 ?

- Trois ans après les élections municipales de 2008, le **développement des investissements** demeure **l'objectif prioritaire des Maires**.
(Pour les EPCI, le développement des investissements arrive derrière la **réduction des dépenses**)

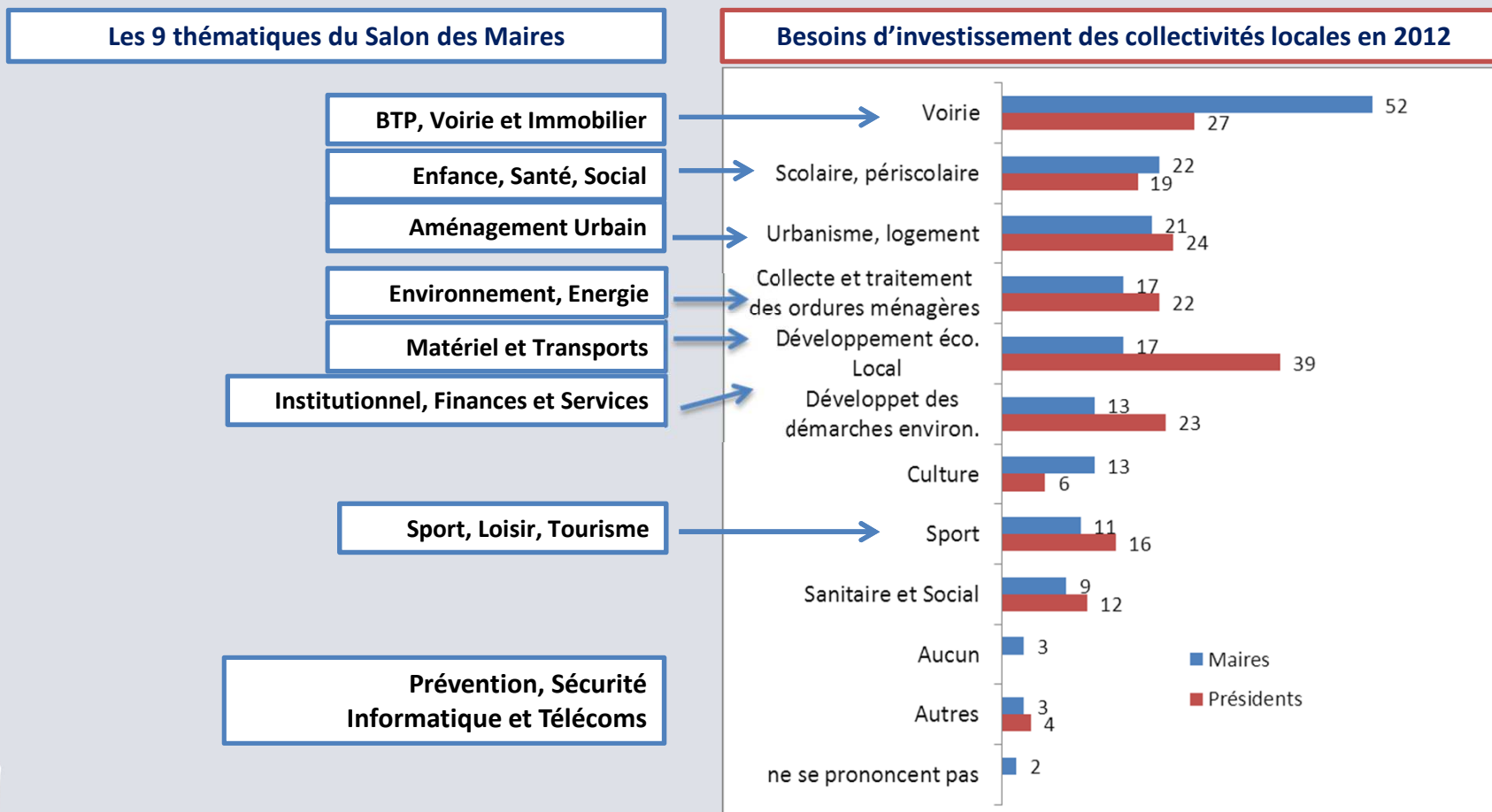


POURQUOI

EXPOSER au Salon des Maires 2012 ?



- L'offre du Salon des Maires en adéquation avec les besoins d'investissement prioritaires des Maires et des Président d'EPCI



(Source : Baromètre Financier 2011 des Communes et des Communautés / Sondage exclusif CSA/AMF/Caisse d'Epargne)

NOTRE OFFRE

Edition 2012

Plus de services, plus d'accompagnement, plus de proximité

- Un **lieu d'exposition central**, en plein Paris, avec ses avantages et ses inconvénients
- Des **équipes** dédiées à votre écoute
- Des **ateliers techniques**, des retours d'expérience au cœur de l'actualité
- **Une couverture médiatique riche et variée** : campagne de relations presse auprès de la PQR, de la PQN et de la Presse professionnelle, web, radio, tv
- Un **nouveau site internet** : www.salondesmaires.com
 - + fonctionnel
 - + informatif
 - + communautairepour prolonger toute l'année l'expérience du salon
- Des **offres segmentées, packagées**
- Mais aussi une équipe commerciale pour vous faire **des offres sur mesure**.

Parce que votre
REUSSITE est aussi
notre
FORCE



NOTRE OFFRE

Edition 2012

Plus de services, plus d'accompagnement, plus de proximité

Des outils de communication performants avant, pendant, après le salon

- **Le Plan de visite** : clair, complet, facile d'utilisation
- **L'Essentiel** (programme) : 8 pages pour couvrir les temps forts du salon
- Le **Quotidien** : nouvelle formule, plus aérée, plus dynamique, plus informative
- L'affichage « **Escalier** » **rez de marche** pour une meilleure visibilité
- La **location de salles de conférences** avec Packs simple et **audio**
- La **journée de formation agréée** pour former et informer vos équipes marketing et commerciales et optimiser votre retour sur investissement.
- Le **Pack fournisseurs des marchés publics**

Parce que votre
REUSSITE est aussi
notre
FORCE



- **Renforcer notre offre sectorielle**

- **9 marchés** (Aménagement urbain, environnement et Energie, Institutionnel, Finances et Services, Matériel et Transports, BTP/Voirie et Immobilier, Prévention/Sécurité, Informatique/Télécom, Sport/Loisir/Tourisme, Enfance/Santé/Social)

- **Renforcement du secteur funéraire** avec l'appui de la Chambre Syndicale du Funéraire
- **Développement de la thématique Sports/Loisirs/Tourisme et Territoires** : création d'un forum dédié, destiné au Directeurs des Sports et xxxx (2 jours de conférences et d'animation)

- **Améliorer la Signalétique**

- **Extérieure** : amélioration de la signalisation des entrées des pavillons 5, 3 et 2.1.

- **Créer des animations**

- Nouvelle scénographie extérieure
- Mise en place d'un mur audio-visuel devant l'accueil du Hall 5 pour mieux informer et le rendre plus accessible

- **Intérieure** : amélioration de la transition entre pavillon, de l'indication de position dans le salon

- **Mise au sol des insertions de n° de stand et de pavillon**

- **Installer un nouvel espace véhicules électriques**

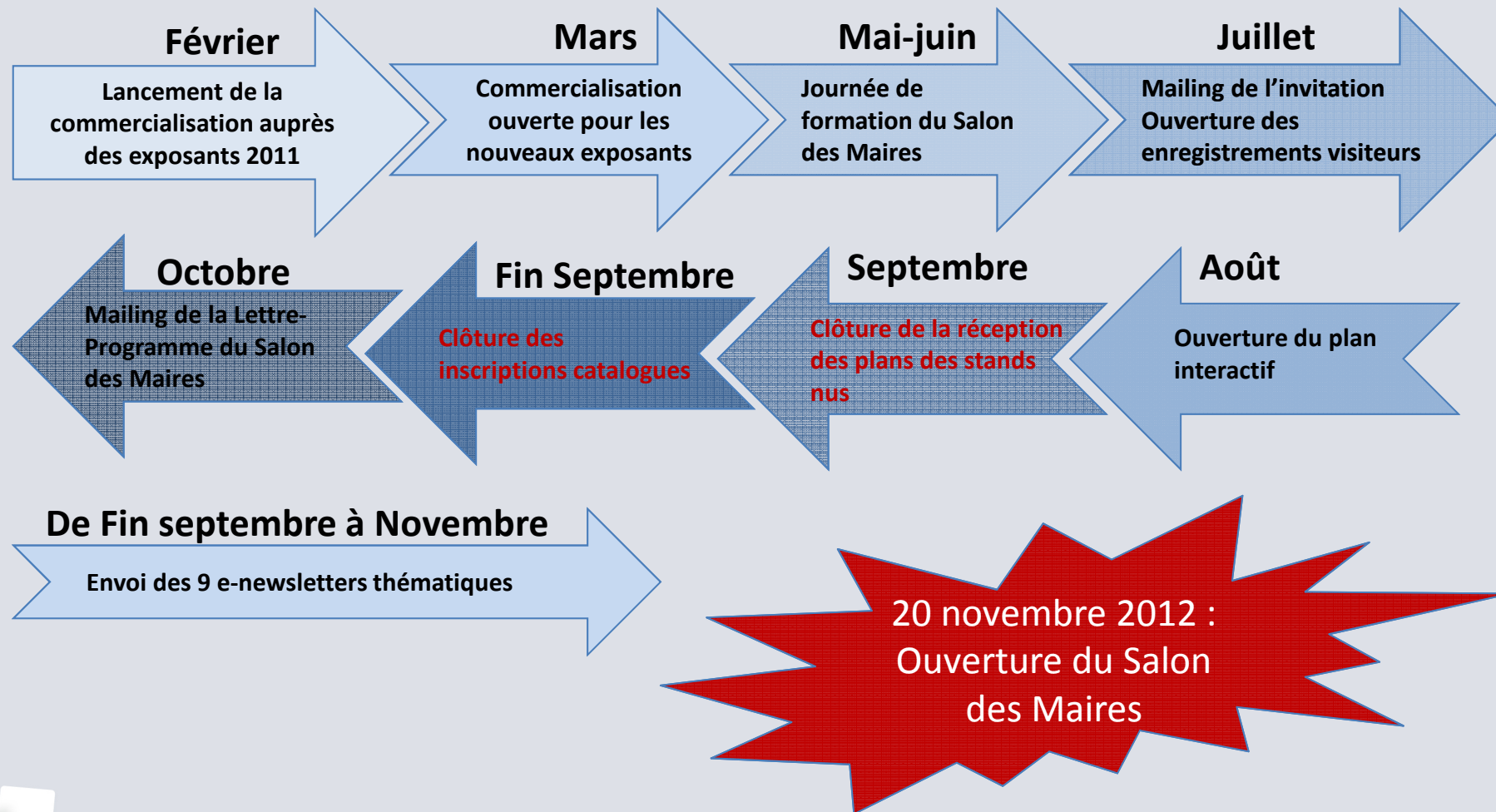
- **Vous assurer un relèvement très léger de nos tarifs (- de 2%) (pas d'augmentation des tarifs outils de communication)**

Parce que votre
REUSSITE est aussi
notre
FORCE



LES DATES A NE PAS MANQUER

Edition 2012



Rendez-vous

20, 21, 22 NOVEMBRE 2012

Une équipe commerciale d'ores et déjà à votre disposition

Assistantes commerciales : 01 40 13 31 87 / 36 70 / 50 39 / 32 42

Eclairage Urbain

• **Stéphane GONTIER** / Directeur Commercial / 01 40 13 35 35
stephane.gontier@groupemoniteur.fr

Institutionnel/Finance - Sport - Opérations
Spéciales -
Culture/Loisirs/Tourisme

• **Dominique COLEON** / 01 40 13 34 94
dominique.coleon@groupemoniteur.fr

Environnement – Santé/Social
Energie – Mutuelles/Assurances/Accessibilité

• **Julia DOLHAIN** / 01 40 13 38 85
julia.dolhain@groupemoniteur.fr

BTP – Immobilier –
Presse/Édition/Communication –
Prévention/Sécurité
Développement économique
Équipements Techniques / Scéniques

• **Julien HENRY** / 01 40 13 31 73
Julien.henry@groupemoniteur.fr

Aménagement urbain – Espaces verts –
Matériel – Transports/Véhicules

• **Philippe MOTHES** / 01 40 13 35 37
philippe.mothes@groupemoniteur.fr

Petite enfance/Education/fournitures
générales – Funéraire – Intérim –
Pavage/Dallage – TIC – Restauration
Collective

• **Agnès VESSEMONT** / 01 40 13 34 47
agnes.vessemont@groupemoniteur.fr

Plaquette commerciale
détaillée sur
www.salondesmaires.com



20, 21, 22
novembre 2012
Paris - Porte de Versailles

salondesmaires.com



**LE GRAND RENDEZ-VOUS
DE L'ACHAT PUBLIC**

