

Étude de rentabilité

(Scénario 550 000 pi² surface brute d'exposition

**Centre d'expositions commerciales
et horticoles de Laval**

Rapport final

Étude de rentabilité
Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
(Scénario 550 000 pi² surface brute d'exposition)
Rapport final

Présentée au
Conseil régional de développement de Laval (CRD-L)

Réalisée par :

Le Groupe Productivité Plus

754 des Pins Est
Saint-Sauveur-des-Monts (Québec)
J0R 1R2

Tél. (450) 227-7088
Télec. (450) 227-7196
Courriel : info@productiviteplus.com

15 juin 2001

Table des matières

	Page
Sommaire	VIII
1. Introduction	1
1.1 Stagnation de l'industrie des foires dans la Région du Montréal métropolitain	1
1.2 L'industrie	3
1.3 Demande d'espaces d'exposition à Laval (2004-2008)	3
2. Le mandat	5
2.1 Contexte	5
2.2 Mandat	5
3. Comparaison entre un centre de foires et un centre de congrès	7
3.1 La clientèle	7
– Nourriture	7
– Facilités d'accès	8
– Coût de construction	8
– Hébergement	8
– Services offerts	9
– Architecture du bâtiment	9
– Hauteur des plafonds	9
– Fréquence de l'événement	10
– Tarification	10
– Stationnement	10
4. La structure corporative	13
4.1 La structure corporative	13
4.2 La structure organisationnelle	14
4.2.1 Gestion par Ville de Laval	14
4.2.2 Gestion par une société immobilière privée	16
4.3 La main-d'oeuvre	17

5.	Stratégie de marketing	19
5.1	Introduction	19
5.2	Le rôle du Centre de foires dans la décision d'achat	20
5.3	Les visiteurs et la vente de produits	22
5.4	Les variables du marketing-mix	23
5.4.1	La politique de produits /services	23
	- Les événements spéciaux	24
	- Produits publicitaires	24
5.5	La politique de prix	25
5.5.1	Assistances accrues	25
5.5.2	Facilité d'accès	25
5.5.3	Comptoirs commerciaux	25
5.6	Politique de vente	26
5.6.1	Négocier des contrats fermes avec les fournisseurs de services	26
5.6.2	Contrat type avec les promoteurs	27
5.6.3	Contrat liant l'administration du Centre d'expositions à Ville de Laval	27
5.6.4	Budget de vente	28
5.7	Politique de publicité /promotion	28
5.7.1	Publicité	28
	- au national	28
	- à l'international	28
5.7.2	Promotion	29
5.7.3	Commandites	30
6.	Les coûts d'immobilisation du projet	31
a)	terrain	32
b)	routes et infrastructures	32
c)	bâtiment	32
d)	espaces auxiliaires	33
e)	équipement de bureau	34
f)	équipements autres	34

7.	Le financement	37
8.	La rentabilité	38
8.1	Revenus globaux	39
8.2	Bénéfices nets	39
8.3	Marge d'autofinancement (bénéfice net plus amortissement)	39
8.4	Le rendement	39
8.5	Seuil de rentabilité	40
8.6	Amortissement	40
8.7	Taxes municipales	40
8.8	Mises de fonds	40
9.	Les états financiers prévisionnels :(2005-2009)	41
1.	État des résultats prévisionnels (2005-2009)	42
2.	Bilan prévisionnel (2005-2009)	43
3.	Mouvement de trésorerie actualisé (2004--20014)	45
4.	Seuil de rentabilité du projet	46
5.	État de sources et d'utilisation des fonds (2004-2009)	47
9.1	Notes aux états financiers prévisionnels	48a
9.2	Tableaux complémentaires	60

Liste des tableaux

	Page
Tableau 1 : Principaux centres de foires canadiens, en 2000	2
Tableau 2 : Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval	4
Tableau 3 : Distinction entre un centre de foires et un centre de congrès	12
Tableau 4 : La main-d'oeuvre - Nouveaux emplois directs générés par le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (1ère année d'exploitation) en \$ constant de 2001	17
Tableau 5 : Les coûts de main-d'oeuvre directe au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (1ère année d'exploitation) ..	18
Tableau 6 : Facteurs déterminants dans la décision d'acquérir un produit en Amérique du Nord (1996)	21
Tableau 7 : Les visiteurs à une foire industrielle et commerciale et la vente de produits	22
Tableau 8 : Les coûts d'immobilisation du projet (en 000 \$ constants de 2001) (estimé)	32
Tableau 8-A : Mobilier et équipement de bureau et autres équipements	34
Tableau 8-B : Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, Espaces 'autres' dédiés aux services	34
Tableau 9 : Le financement du projet	36
Tableau 9-A : Le financement du mobilier et des équipements de bureau, et autres	37
Tableau 10 : Revenus globaux générés par le nouveau Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (<i>cinq premières années d'exploitation (en 000 \$)</i>)	61
Tableau 11 : Revenus et dépenses provenant de la restauration au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Période 2004 à 2008) (en \$ constants de 2001)	62

Tableau 12 : Revenus et dépenses provenant des banquets et machines distributrices au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Période 2004 à 2008) (en \$ constants de 2001)	63
Tableau 13 : Revenus et dépenses provenant des bars pour les foires commerciales de type "Grand public" au nouveau Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval 2004 à 2008 - (en \$ constants de 2001)	64
Tableau 14 : Revenus et dépenses provenant de l'exploitation du terrain de stationnement au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Période 2004 à 2008) (En \$ constants de 2001)	65
Tableau 15 : Revenus provenant des frais d'électricité, d'accrochage au plafond, de communications et de loyers facturés aux exposants du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Période 2004-2008) (En \$ constants de 2001)	66
Tableau 16 : Revenus provenant de la location d'espace de stockage et de l'accrochage au plafond, et de communications au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Période 2004 à 2008) (en \$ constants de 2001)	67
Tableau 17 : Revenus nets générés par la vente de services d'eau et de drainage facturés aux exposants lors de foires commerciales et horticoles à Laval (Période 2004 - 2008) (En \$ constants de 2001)	68
Tableau 18 : Revenus nets générés par les vestiaires lors des foires commerciales et industrielles ayant lieu au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Période 2004-2008) (En \$ constants de 2001)	69
Tableau 19 : Revenus et dépenses provenant de la perception des billets d'entrée au Centre de foires commerciales et horticoles de Laval (Période 2004 à 2008) - (En \$ constants de 2001)	70
Tableau 20 : Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval - Prévision de la demande d'espace d'exposition par les promoteurs de salons "Grand public" et de foires spécialisées - Espace brut en pi ² (000) - (2000-2008)	71

Tableau 21 : Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval Prévision de la demande de stands d'exposition (2000-2008) . . .	72
Tableau 22 : Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval Prévision du nombre de visiteurs à des foires "Grand public" et spécialisées à Laval (en 000) 2000-2008)	73
Tableau 23 : Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval Prévision du nombre de foires de type "Grand public" et spécialisées (Nombre d'événements 2000-2008), en unité	74

Liste des figures

	Page
Figure 1 : L'organigramme de la société du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval	15
Figure 2 : Gestion par une société immobilière, ou autre	16

SOMMAIRE

La structure corporative, chapeautant les centres de foires au Canada, varie d'un endroit à l'autre. Cependant, plusieurs de ces structures corporatives ressemblent à celle d'Expo-Cité à Québec. Cette dernière relève du conseil municipal de la Ville de Québec. Toutefois, l'approche récente de Toronto (1997) semble faire école en Amérique du Nord. Dans ce cas, la Communauté urbaine de Toronto a financé, avec l'aide des gouvernements fédéral et ontarien, le NTC et en a **confié l'administration**, la gestion et le marketing à la société Olympia & York en vertu d'un contrat à long terme.

Nous croyons qu'à Laval, la Ville pourrait confier la gestion du Centre d'expositions à une société immobilière (ou autres) aguerrie et expérimentée, en vertu d'un contrat à moyen terme (5 ans).

La construction d'un Centre de foires moderne et rencontrant les nouveaux standards d'une industrie en pleine croissance **n'est pas automatiquement un gage de succès.**

Une stratégie marketing agressive et ciblée doit être mise en place dès l'annonce officielle du projet et le début des travaux.

La grande région de Montréal dont fait partie Laval ne compte aucun organisme voué à la promotion et à l'attraction de foires commerciales et horticoles d'envergure nationale ou internationale. Avec son nouveau centre, Ville de Laval détiendra un avantage indéniable et il reviendra à son équipe de marketing, **dès l'annonce du projet (18 à 24 mois avant l'ouverture du centre) d'en faire la promotion et de faire signer des contrats fermes aux promoteurs de foires en commençant par ceux qui ont manifesté l'intention d'organiser leur événement à Laval.**

Les coûts d'immobilisations et le financement du projet

Les coûts d'immobilisations du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (550 000 pi. car. surface brute d'exposition) seraient financés de la façon suivante :

Le financement du projet

Les coûts d'immobilisation du projet		Le financement	
	<u>en 000 \$</u>		<u>en 000 \$</u>
- Terrain (environ 2 500 000 pi.car.)	15 000	<u>Mise de fonds</u>	
- Routes : infrastructures	5 540	a) palier régional	31 881
- Bâtiment (657 000 pi. car)	62 000	b) gouvernement du Québec ^{a)}	31 881
- Espaces auxiliaires	5 304	c) gouvernement du Canada ^{b)}	31 882
- Financement intérimaire durant la construction	<u>7 800</u>		
Sous-total	95 644	- Prêt à terme	<u>3 000</u>
Fonds de roulement	<u>3 000</u>		
Grand total	98 644	= <u>Grand total</u>	<u>98 644</u>

Note : a) et b) Financé en vertu du programme fédéral / provincial sur les infrastructures.

La demande

L'étude de marché a démontré qu'il existe pour Laval une demande exceptionnelle de la part des promoteurs d'expositions commerciales, doublée d'une absence quasi totale d'infrastructures d'accueil dans la Grande région de Montréal (y compris à Laval), répondant aux nouveaux standards d'une industrie en pleine expansion.

Tableau 2

Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval ^(a)			
	2004	2006	2008
Nombre d'événements	43	53	53
Nombre de pi ² d'exposition requis / an (000)	6898	8492	8868
Nombre de stands d'exposition	6045	7588	8006
Nombre de visiteurs (000)	905	1219	1342
Nombre maximum de jours d'exposition/an	219	219	219
Période de pointe	J.F.M.S.O.N.	J..F.M.S.O.N.	J.F.M.S.O.N.
Nombre d'événements simultanés (période de pointe)	3	3	3
Nombre de pi ² offerts, de 2004 à 2008, Surface d'exposition brute dans le centre	550	550	550
Nombre de pi ² offerts (espaces auxiliaires) Autres espaces (000) (*)	107	107	107
Nombre de stationnements (000)	3	3	3

(*) Sur plus d'un étage

- Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval - préparée par le Groupe Productivité Plus, 24 octobre 2000 et révision des prévisions du nombre de visiteurs avec l'élimination de 10 événements ne pouvant obtenir de l'espace durant les mois de pointe de mars et d'octobre, et l'ajout d'un nouveau salon "Grand public" depuis janvier 2001.

Il est important de souligner que le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, même s'il dispose de 550 000 pi. car. d'espace brut d'exposition, **ne pourra pas accueillir, faute d'espace suffisant, dix événements (salons "Grand public" et foires commerciales) durant les périodes de pointe de mars et d'octobre.** ¹

La main-d'oeuvre

La mise en exploitation du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval créerait 55 emplois directs dès l'ouverture en 2004, dont 7 postes administratifs et 48 postes affectés à l'exploitation du Centre. (Voir tableau 5).

La rentabilité du projet

– Revenus globaux

Le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval générerait des revenus globaux de 10,8 millions \$ en 2005 pour s'élever à 15,1 millions \$ en 2009.

– Bénéfices nets

Le projet dégagerait un bénéfice net avant impôt de 2 millions \$ en 2004-2005 (année d'ouverture) et de 6,8 millions \$ en 2008-2009.

– Marge d'autofinancement (bénéfice net plus amortissement)

La marge d'autofinancement serait de 3,1 millions \$ en 2005 et de 7,2 millions \$ en 2009.

¹ *Un grand nombre d'événements ne sont pas mobiles d'un mois à l'autre*
Le Groupe Productivité Plus

– **Le rendement**

Le rendement du projet sur l'investissement (RSI) s'établirait à 5,9 % alors que le rendement sur l'avoir des actionnaires s'établirait à 5,3 %, sur une période de 10 ans

– **Seuil de rentabilité**

Le seuil de rentabilité (ou point mort) serait atteint à partir de 7 373 200\$ de ventes. Par conséquent, le projet commencerait à générer des bénéfices après ce seuil.

– **Les mises de fonds**

La mise de fonds du palier régional (Ville de Laval ou autre) s'établirait à 31 881 000 \$ Cette mise de fonds pourrait prendre la forme d'un versement comptant ou encore d'un don de terrain ou autre.

Le gouvernement du Québec verserait 31 881 000 \$ alors que le gouvernement du Canada verserait 31 882 000 \$.

Les limites du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

Il est important de noter que volontairement les autorités de Laval ont limité le projet d'un Centre d'expositions sur leur territoire à 550 000 pi. car. de surface brute d'exposition. Tout retard dans le cheminement du projet pour des raisons autres que des délais normaux d'exécution auront un effet négatif sur l'industrie touristique et le dynamisme de l'économie de la Grande région de Montréal qui ressent présentement les effets d'une récession anticipée à l'échelle nord-américaine.

1. INTRODUCTION

Le présent rapport porte sur l'étude de rentabilité du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, mis de l'avant par le Conseil régional de développement de Laval (C.R.D.-L).

Ce rapport fait suite à l'étude de marché², déposée en octobre 2000 dans laquelle on constate que la Grande région de Montréal et Ville de Laval n'ont pas suivi le mouvement canadien et nord-américain de cette nouvelle façon de faire des affaires en Amérique du Nord et accusent un sérieux retard vis-à-vis des autres agglomérations urbaines importantes au Canada, telles : Toronto, Vancouver, Edmonton, Calgary et Québec. En effet, au cours de la dernière décennie, ces dernières se sont toutes dotées de centres de foires fonctionnels et dédiés à 100% à cette activité.

De l'étude de marché³ se dégagent certaines constations :

1.1 Stagnation de l'industrie des foires dans la Région du Montréal métropolitain

Les infrastructures actuelles ne correspondent plus aux standards de l'industrie et elles n'offrent pas suffisamment d'espaces adéquats et de dates disponibles pour la tenue d'événements. L'industrie fait présentement du "sur-place". Les promoteurs ne font pas la promotion de nouveaux événements ou alors choisissent de les tenir à l'extérieur de la région de Montréal ou à l'extérieur du Québec.

² *Étude de marché, Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, Le Groupe Productivité Plus., octobre 2000*

³ *Les promoteurs qui utilisent moins de 25 000 pi. car. de surface d'exposition n'ont pas été comptabilisés dans l'étude de marché, ni dans celle de rentabilité.*

De plus, l'inadéquation des structures existantes en regard des nouveaux standards de l'industrie ne permet pas la tenue de foires dites "nationales" et "internationales". À ce sujet, Toronto en profite et concentre chez elle près de 100 % des grandes foires nationales (ex. : Print Canada, Salon du meuble, etc.).

Les promoteurs rencontrés nous ont confirmé qu'ils auraient utilisé 2 895 000 pi. car. additionnels d'espace d'exposition, en plus des 4 081 000 pi. car. qu'ils utilisaient déjà en 2000, si un nouveau Centre d'expositions fonctionnel et facilement accessible était construit à Laval dès maintenant. Ceci démontre bien que la croissance observée au Canada et aux États-Unis concernant l'industrie des foires et expositions se serait matérialisée sur le territoire de la grande région de Montréal (y compris, Laval), si les infrastructures d'accueil (Centre de foires moderne) avaient été en place au cours des derniers cinq ans.

Tableau 1

PRINCIPAUX CENTRES DE FOIRES CANADIENS, EN 2000	
Centre de foires	Superficie brute pi²
Toronto (aéroport et N.T.C.)	1 500 000 pi ²
Calgary	395 000 pi ²
Edmonton	400 000 pi ²
Montréal (Place Bonaventure)	225 000 pi ²
Vancouver ^(a)	450 000 pi ²
Québec ^(b)	200 000 pi ²

Source : Groupe Productivité Plus .

(a) Incluant le projet de Richmond (200 000 pi. car.)

(b) Projet d'agrandissement imminent.

1.2 L'industrie

La croissance marquée de l'industrie des foires commerciales n'est pas unique au Canada. Véritable tradition en Europe, ces comptoirs commerciaux et vitrines du savoir-faire d'une région ont gagné l'Amérique du Nord au début des années 1980. Elle a doublé en importance de 1987 à 1998 et on prévoit que cette industrie continuera à croître au cours de la prochaine décennie, notamment dans les créneaux suivants :

- (1) nombre de foires;
- (2) nombre de pi. car. de surface d'exposition ajoutés (50 % d'augmentation anticipée);
- (3) nombre d'exposants.

1.3 Demande à Laval (2004-2008)

L'étude de marché démontre que la demande d'espaces d'expositions commerciales et horticoles pourrait facilement justifier la construction d'un Centre de foires de 550 000 pi. car. à Laval, dès 2004, plus 107 000 pi. car. d'espaces auxiliaires (stockage, restaurants, billetterie, toilettes, etc.).

Finalement, le nouveau Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval aura le mérite de promouvoir, encourager et démontrer le potentiel horticole et agricole de Laval ce qui représente un actif commercial important pour cette ville. Il offrira un lieu de rencontres et d'échanges (bourse permanente) où se retrouveront producteurs et consommateurs répondant à une demande pressante et en conformité avec le plan stratégique du Conseil régional de développement de Laval (C.R.D.-L.).

Tableau 2

Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval ^(a)			
	2004	2006	2008
Nombre d'événements	43	53	53
Nombre de pi ² d'exposition requis / an (000)	6898	8492	8868
Nombre de stands d'exposition	6045	7588	8006
Nombre de visiteurs (000)	905	1219	1342
Nombre maximum de jours d'exposition/an	219	219	219
Période de pointe	J.F.M.S.O.N.	J..F.M.S.O.N.	J.F.M.S.O.N.
Nombre d'événements simultanés (période de pointe)	3	3	3
Nombre de pi ² offerts, de 2004 à 2008, Surface d'exposition brute dans le centre	550	550	550
Nombre de pi ² offerts (espaces auxiliaires) Autres espaces (000) (*)	107	107	107
Nombre de stationnements (000)	3	3	3

(*) Sur plus d'un étage

(a) Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval - préparée par le Groupe Productivité Plus, 24 octobre 2000 et révision des prévisions du nombre de visiteurs avec l'élimination de 10 événements ne pouvant obtenir de l'espace durant les mois de pointe de mars et d'octobre, et l'ajout d'un nouveau salon "Grand public" depuis janvier 2001.

2. LE MANDAT

2.1 Contexte

Fidèle à sa mission, le Conseil régional de développement de Laval (C.R.D.-L.) a rapidement réagi au projet d'un Centre d'expositions commerciales et horticoles à Laval, projet en harmonie avec le développement de son agropôle et lui offrant l'opportunité de mieux faire connaître ses forces dans ce secteur prometteur de l'activité économique du territoire lavallois.

2.2 Mandat

Le C.R.D.-L. au printemps 2000, suite à de nombreux échanges avec les représentants de la firme de consultants Le Groupe Productivité Plus, il fut résolu de confier à celle-ci le mandat de réaliser les travaux suivants⁴ :

- une étude de marché
- **une étude de rentabilité**
- une étude d'impact économique
- un plan de financement du projet (optionnel)

**Le présent rapport porte uniquement sur la seconde partie du mandat soit :
l'étude de rentabilité du projet.**

⁴ Les détails complets du mandat apparaissent à l'offre de service du Groupe Productivité plus remis à la direction générale du CRD-L, le 28 avril 2000.

Le Groupe Productivité Plus a été retenu par le C.R.D.-L. en fonction de son expertise spécialisée et reconnue au Québec dans ce domaine. Il a en effet réalisé toutes les études (études de marché, de rentabilité et d'impact économique), y compris les scénarios de financement, pour le Centre de foires de Québec **qui ouvrait ses portes en août 1997. D'ailleurs, le Centre de foires de Québec est le seul au Québec à rencontrer les nouvelles normes et standards de l'industrie.** De plus, le Groupe Productivité Plus déposait, en 1999, les mêmes documents pour la réalisation d'un **centre de foires en Outaouais.**

3. COMPARAISON ENTRE UN CENTRE DE FOIRES ET UN CENTRE DE CONGRÈS

Il y a lieu ici d'apporter des précisions sur ce qui distingue un centre de foires et un centre de congrès car une grande confusion règne entre les deux concepts chez les non-initiés. Les notes qui suivent ont pour but de clarifier cette situation (voir tableau no 3).

3.1 La clientèle

La **clientèle d'un centre de foires** en est une de gens d'affaires, d'industriels, de commerçants, d'acheteurs et de vendeurs qui y viennent pour acheter et vendre des produits ou services.

En d'autres termes, une foire commerciale ou industrielle ou horticole équivaut à une démonstration de produits à vendre. Dans bien des cas, les foires industrielles ne sont pas ouvertes au public. Elles sont accessibles uniquement à des acheteurs professionnels ou à une clientèle de gens d'affaires.

La **clientèle d'un centre de congrès** est tout autre. Il s'agit de congressistes qui viennent pour assister à des réunions, conférences, rencontres et échanges d'idées.

On retrouve ci-après les principaux points de comparaison entre ces deux types de clientèles.

- **Nourriture**

Les restaurants greffés à un **centre de foires** offrent des repas peu élaborés. Il s'agit souvent de casse-croûte, buffets froid ou chauds, de "fast foods" en général.

Les repas servis dans des **centres de congrès** sont généralement un reflet de la gastronomie régionale et nationale.

- **Facilités d'accès**

Généralement localisés en dehors des centre-villes et en banlieue immédiate, les **centres de foires** doivent être facilement accessibles aux camions-remorques et camions en général et présenter un grand nombre de portes d'accès (parfois entre 25 et 30 portes) pour pouvoir accélérer le temps requis lors du montage et démontage des stands d'exposition.

Les **centres de congrès** sont plutôt localisés au centre-ville et ils n'exigent généralement pas un grand nombre de portes d'accès .

- **Coût de construction**

Le coût de construction d'un **centre de foires** varie de 75 à 100 \$ le pi. car. Il s'agit d'une somme très inférieure au coût de construction d'un **centre de congrès** qui lui peut atteindre entre 150 et 225 \$ le pi. car.

- **Hébergement**

L'hébergement requis par la clientèle d'un **centre de foires** est généralement modeste. Très souvent, il n'est pas essentiel d'y avoir des facilités d'hébergement à proximité du centre de foires. La qualité d'hébergement est plutôt du type Holiday Inn, Days Inn, Journey's end, etc.

Par ailleurs, le type d'hébergement requis pour un **centre de congrès** en est généralement un de prestige.

- **Services offerts**

Les services offerts dans un **centre de foires**, à chacun des stands d'exposition, sont généralement les suivants :

- électricité,
- eau
- gaz naturel
- air comprimé
- téléphone
- télécopieur
- câble
- etc.

Seul les services de téléphonie, de télécopie et câblage sont généralement offerts dans un **centre de congrès**.

- **Architecture du bâtiment**

Pour un **centre de foires**, l'architecture du bâtiment est de type spécialisé ou industriel. La conception architecturale est généralement peu sophistiquée mais très fonctionnelle.

Il en est tout autrement d'un **centre de congrès** qui constitue souvent un monument architectural d'importance pour une ville.

- **Hauteur des plafonds**

La hauteur des plafonds dans un **centre de foires** peut atteindre de 30 à 40 pieds, ou plus.

Dans un **centre de congrès**, la hauteur des plafonds a peu d'importance et elle se situe généralement entre 15 et 18 pieds.

- **Fréquence de l'événement**

Généralement, les **foires commerciales** ou industrielles prennent place dans la même ville, année après année.

Il en va tout autrement pour les congrès qui tiennent leurs événements annuels dans différentes villes.

- **Tarification**

La tarification dans un **centre de foires** s'établit comme suit⁵ :

- environ 0,16 \$ le pi. car. lors des journées d'activité
- environ 0,10 \$ le pi.car. lors des jours de montage-démontage des stands (2001).

La tarification au pi. car. est généralement deux à trois fois (et même plus) élevée à l'occasion d'un congrès (dans un **centre de congrès**) par rapport à celle en vigueur dans un centre de foires.

- **Stationnement**

Par tradition, les **centres de foires** disposent de vastes terrains de stationnement. (environ 2 à 4000 places). Le coût du stationnement varie de 6 à 7 \$ / voiture / jour.

⁵ *Moyenne nationale (2001)*; d'ici à 2008, il y aura une tendance à l'accroissement des tarifs pour les jours de montage/démontage de façon à ce qu'ils soient éventuellement (vers 2008-2010) à parité avec ceux des jours d'activité. Source : NTC (Toronto).

Le stationnement disponible dans un **centre de congrès** est généralement coûteux et il peut varier de 10 à 12 \$ /voiture / jour, puisque les centres de congrès sont généralement situés au centre-ville. Le nombre de places de stationnement disponibles est également plus limité car il s'agit surtout de stationnements intérieurs. De plus, l'activité congrès exige moins de stationnements par visiteur.

Tableau 3

Distinction entre un centre de foires et un centre de congrès	
Centre de foires	Centre de congrès
<u>La clientèle</u> : Centre d'affaires no 1 en Amérique du Nord	Association, idées, rencontres, conférences
<u>Nourriture</u> : - buffets froid-chaud - Fast food	Reflet de la gastronomie régionale et nationale
<u>Facilité d'accès</u> : 25 à 30 portes pour camions	1 ou 2 portes pour camions
<u>Coûts de construction</u> : 75 à 100 \$ /pi. car.	Coûts de construction :150 à 225 \$/ pi car.
<u>Rentable</u> ^{a)} Les frais d'exploitation sont généralement autofinancés dès la 2ième année, à l'exception des taxes municipales. Le centre est généralement en mesure de payer ses taxes dès la 6ième année d'exploitation	<u>Rentabilité</u> ^{b)} Les frais d'exploitation, y compris les taxes municipales, sont généralement subventionnés, en partie par les gouvernements, sur une période indéterminée
<u>Hébergement</u> modeste (Holiday Inn, Days Inn, etc.)	Prestige
<u>Services offerts</u> ; eau, électricité, téléphone, câble haute vitesse, fax, air comprimé etc., à tous les kiosques	Pas requis
<u>Hauteur</u> : minimum de colonnes et hauteur de 30 à 40 ' et la tendance des années 2000 est à 50'	15-18'
<u>Fréquence</u> : tous les ans ou au 2 ans	Aux 8,9, 10 ans
<u>Tarification</u> : environ 0,16 \$/ pi.car. /jour d'activité environ 0,10 \$ pi. car. /jour montage-démontage	Deux à trois fois plus cher lors d'un congrès.
<u>Stockage</u> : oui	<u>Stockage</u> : non
<u>Stationnements</u> : 3 à 4000 places à l'intérieur à prix modique (6 à 7 \$)	Localisation centre ville Stationnement 10 à 12 \$/ jour

a) et b) : Les coûts d'immobilisation sont subventionnés par les gouvernements à 100 %

Source : Le Groupe Productivité Plus

4. LA STRUCTURE CORPORATIVE :

La direction et les ressources humaines

4.1 La structure corporative

La structure corporative, chapeautant les centres de foires au Canada, varie d'un endroit à l'autre. Cependant, plusieurs de ces structures corporatives ressemblent à celle d'Expo-Cité à Québec. Cette dernière relève du conseil municipal de la Ville de Québec. Nous avons recommandé lors de nos travaux pour Expo-Cité de créer une société para-municipale autonome, à but non lucratif.

L'approche récente de Toronto (1997) semble faire école en Amérique du Nord. Dans ce cas, la Communauté urbaine de Toronto a financé, avec l'aide des gouvernements fédéral et ontarien, le National Trade Center (NTC) et en a **confié l'administration**, la gestion et le marketing à la société Olympia & York en vertu d'un contrat à long terme.

Nous croyons qu'à Laval, la Ville pourrait confier la gestion du Centre d'expositions à une société immobilière (ou autres) aguerrie et expérimentée, en vertu d'un contrat à moyen terme (5 ans).

Au Canada, puisque leurs vocations respectives sont tout à fait spécifiques, on ne retrouve aucun cas à notre connaissance où la même structure corporative chapeaute le Centre de foires et le Centre de congrès dans une même ville donnée.

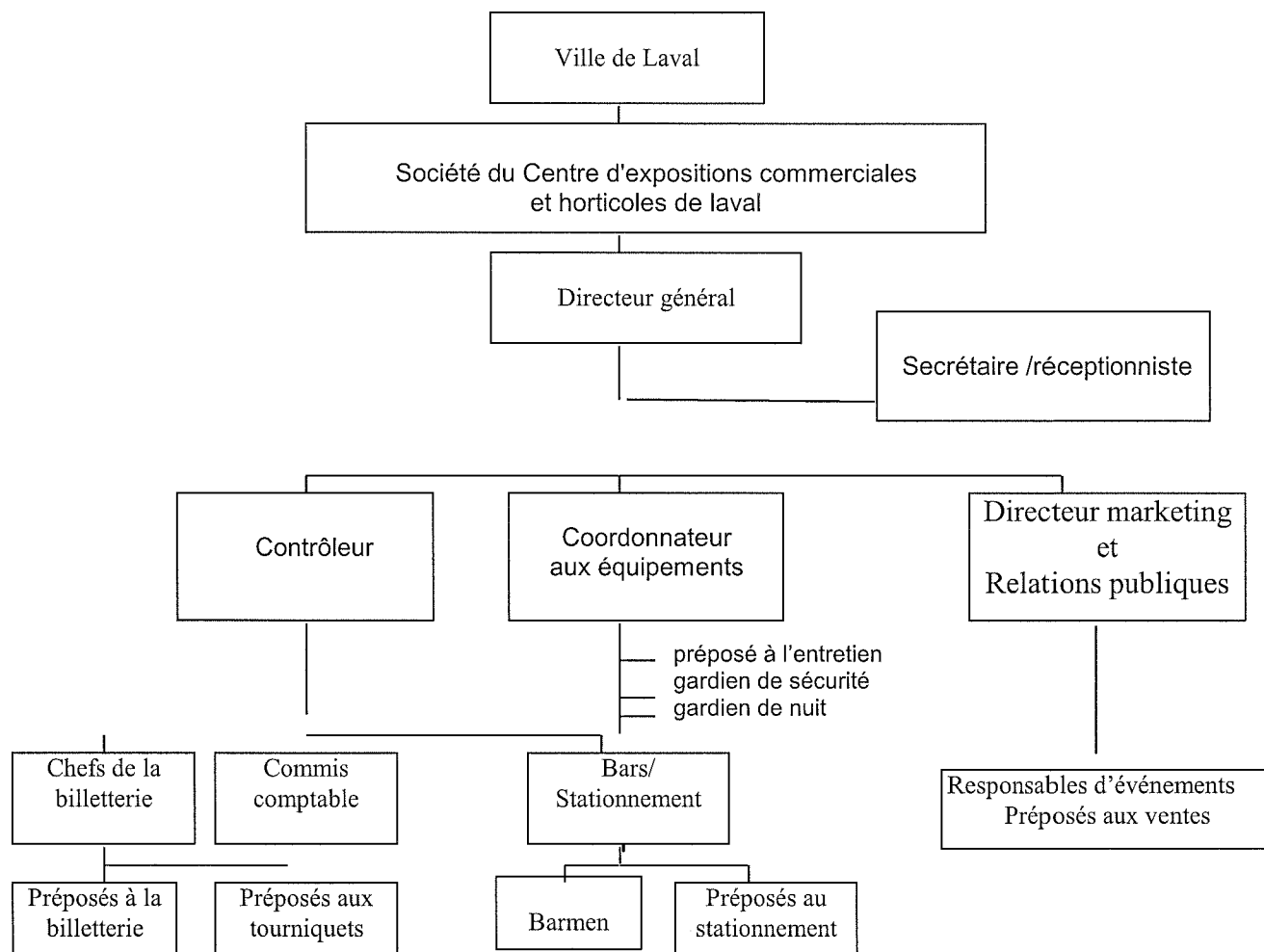
4.2 La structure organisationnelle

4.2.1 Gestion par Ville de Laval

Si les autorités de Ville de Laval optaient pour la mise en place d'une société pour la promotion et l'exploitation du Centre d'expositions commerciales et horticoles, elles devraient prévoir **l'embauche d'un directeur général par intérim dès l'annonce officielle du projet**. Sa responsabilité serait la suivante : "... Planifier, organiser, diriger et contrôler l'ensemble des opérations du centre d'expositions".

La figure 1 (organigramme) et le tableau 4 (coûts de main-d'oeuvre) complètent cet aspect. Par ailleurs, les scénarios retenus (gestion par ville de Laval (fig. 1) ou gestion confiée à une société immobilière privée (fig. 2)), sont présentés ici à titre indicatif. Ils seront précieux dans la négociation par Ville de Laval du contrat à intervenir avec une société immobilière privée, s'il y a lieu.

Figure 1
L'organigramme de la société du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

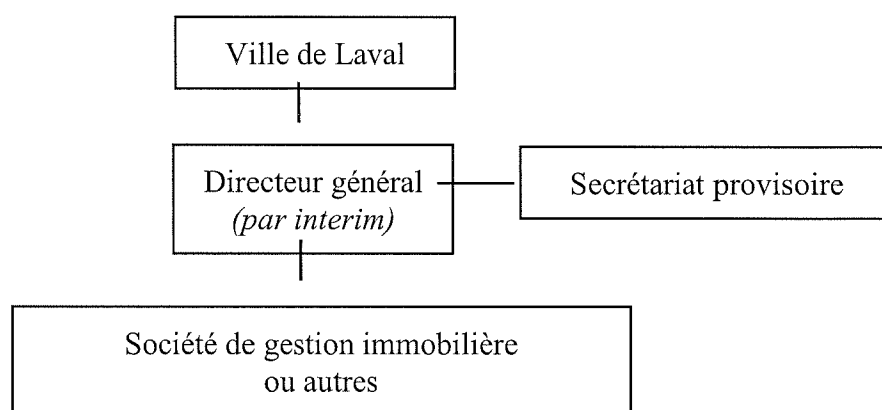


4.2.2 Gestion par une société immobilière privée

Dans l'hypothèse où la gestion du Centre d'expositions serait confiée à une société de gestion immobilière ou autres, la structure organisationnelle prendrait l'aspect suivant :

Figure 2

Gestion par une société immobilière, ou autre



Dans le cadre de ce scénario, on doit prévoir, sous l'autorité de Ville de Laval, ou son organisme délégué (CRD-L ou autre), la mise en place dès le début des travaux d'une structure légère (directeur par intérim, secrétariat, etc. etc.) dont le rôle sera entr'autre:

1. d'enclencher la stratégie marketing telle que décrite au chapitre 5 du présent rapport;
2. participer au suivi des travaux de construction du Centre d'expositions;
3. intervenir à tous les stages de la rédaction du contrat ci-haut mentionné devant lier pour cinq ans Ville de Laval à un promoteur privé.

4.3 La main-d'oeuvre

La mise en exploitation du futur Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval créerait 55 emplois directs dès l'ouverture en 2004, dont 7 postes administratifs et 48 postes affectés à l'exploitation du Centre. (Voir tableau 5).

Tableau 4 : La main-d'oeuvre

Nouveaux emplois directs générés par le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (1ère année d'exploitation) en \$ constant de 2001

Postes	Salaires en \$	Nombre
A) Administratifs ^{a)}		
. Directeur général	95 000 \$	1
. Responsable d'événements	65 000	1
. Contrôleur/comptable	60 000	1
. Directeur des relations publiques et marketing	75 000	1
. Préposées aux ventes (reçoivent les promoteurs)	55 000	1
. Commis de bureau	54 000	1
. Secrétaire/ réceptionniste	28 500	1
Total (service administratif)		7
B) Opérations		
- Honoraires de gestion (mandat confié à l'extérieur)	45 000	5,8
. Contremaîtres ^{a)}	48 000	2
. Préposé à l'entretien ^{a)}	29 000	1
. Coordonnateur aux équipements ^{a)}	38 000	1
. Chefs de la billetterie ^{a)}	42 500	2
. Préposés à la billetterie du Centre de foires ^{b)}	23 205	3,4
. Préposés aux tourniquets (b)	18 200	2,7
. Préposés à la perception de billets de stationnement ^{b)}	23 205	5,2
. Préposés à la circulation sur le terrain de stationnement ^{b)}	23 205	4
. Gardien de sécurité ^{b)}	34 000	1
. Gardien de nuit durant les activités ^{b)} (245 jours)	29 700	1
. Barman ^{c)}	15 470	3,1
. Employés à la restauration (fast food) et aux banquets ^{b)}	20 000	14,6
. Préposé au tableau d'affichage électronique extérieur ^{a)}	45 000	1
Total (service de l'exploitation)		47,8
Grand total (services administratif et de l'exploitation)		54,8
<i>a) Plus avantages sociaux évalués à 26 %</i>		
<i>b) Personnel temporaire payé sur une base horaire au taux de 10 \$/l'heure, plus 16 % d'avantages sociaux</i>		
<i>c) Plus bourboires</i>		

Tableau 5
Les coûts de main-d'oeuvre directe au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
(1ère année d'exploitation)

Postes	Nombre	Coûts totaux en \$			Coût total de la main-d'œuvre
		Salaire annuel	Salaires totaux	Avantages sociaux a)	
A) Service administratif					
. Directeur général	1	95000	95000	24700	119700
. Directeur d'événements	1	65000	65000	16900	81900
. Contrôleur/comptable	1	60000	60000	15600	75600
. Relations publiques et marketing	1	75000	75000	19500	95500
. Préposés aux ventes (reçoivent les promoteurs)	1	55000	55000	14300	69300
. Commis de bureau	1	27000	27000	7020	34020
. Secrétaire/ réceptionniste	1	28500	28500	7410	35910
Sous-total (service administratif)	7		405500	105430	510930
B) Service de l'exploitation					
- Honoraires de gestion (mandat confié à l'extérieur)	5,8	45 000	260 000	68 000	328 000
. Contremaîtres	2,0	48 000	96 000	24 960	120 960
. Préposé à l'entretien	1,0	29 000	29 000	7 540	36 540
. Coordonnateur aux équipements	1,0	38 000	38 000	9 980	47 880
. Chefs de la billetterie	2,0	42 500	85 000	22 100	107 100
. Préposés à la billetterie du Centre de foires (b)	3,4	23 205	78 900	12 600	91 500
. Préposés aux tourniquets (b)	2,7	18 200	49 140	7 900	57 040
. Préposés à la perception de billets de stationnement (b)	5,2	23 205	120 700	19 300	140 000
. Préposés à la circulation sur le terrain de stationnement (b)	4,0	18 200	72 800	11 600	84 400
. Gardien de sécurité	1,0	34 000	34 000	5 440	39 440
. Gardien de nuit durant les activités (245 jours)	1,0	29 700	29 700	4 752	34 452
. Barman	3,1	15 500	48 000	7 700	55 700
. Employés à la restauration (fast food) et aux banquets	14,6	20 000	292 000	46 700	338 700
. Préposé au tableau d'affichage électronique extérieur	1,0	45 000	45 000	11 700	56 700
Sous-total Service de l'exploitation)	47,8		1278240	260272	1538412
Grand total (Services administratif et de l'exploitation)	54,8		1 683 740	365 702	2 049 342
a) Avantages sociaux évalués à 26 % du salaire					
b) Personnel temporaire payé sur une base horaire au taux de 10 \$ / l'heure avec 16 % d'avantages sociaux.					

5. STRATÉGIE DE MARKETING

5.1 Introduction

Au début des années 1920, l'agriculture occupait une place prédominante dans l'économie canadienne. Au cours de cette décennie, la plupart des villes d'importance au Canada se sont dotées de centres d'expositions à prédominance agricole, imposants par leur architecture, la superficie de leurs bâtiments et l'espace considérable qu'ils occupaient en banlieue. Citons :

- Vancouver Pacific National Exhibition (PNE)
- Calgary Calgary Stampede
- Edmonton Northlands
- Toronto Canadian National Exhibition (CNE)
- Ottawa Central Canada Exhibition (CCE)
- Québec Commission de l'exposition provinciale

Ces centres, et d'autres ayant la même vocation, se sont tous retrouvés en difficulté financière (crise de 1929) et ont été récupérés par leur ville respective. Au cours de la période d'après-guerre, ils ont connu un regain d'activités avec les hippodromes, arénas de la LNH et un événement majeur à caractère agricole (ex. : Expo-Québec, Calgary Stampede, Canadian National Exhibition à Toronto). Au cours des années '80, on y tient un nombre croissant de foires industrielles et commerciales. Peu à peu, pour répondre à la demande, ces centres se sont dotés d'infrastructures d'accueil (Centre de foires) modernes et rencontrant les nouveaux standards d'une industrie en croissance tant au Canada qu'aux États-Unis.

5.2 Le rôle du Centre de foires dans la décision d'achat

Véritable tradition en Europe depuis des décennies, les foires industrielles et commerciales sont une manifestation relativement nouvelle au Canada et aux États-Unis. Jusqu'aux années 1970, les manufacturiers ou les distributeurs se rendaient dans les différentes régions du Canada et des États-Unis pour introduire et vendre leurs produits. La crise du pétrole, l'inflation, etc., ressenties à la fin des années 1970, ont rendu très onéreux ce mode de promotion et de vente. Les manufacturiers et distributeurs ont vite compris qu'il était plus économique de concentrer les acheteurs dans un lieu central de façon à leur présenter les nouveaux produits. Aujourd'hui on constate que **les foires arrivent au premier rang parmi l'ensemble des facteurs considérés par un acheteur lors de sa décision d'acquérir un produit en Amérique du Nord.**

Tableau 6

**Facteurs déterminants
 dans la décision d'acquérir un produit
 en Amérique du Nord (1996)**

Foires industrielles et commerciales	91%
Articles dans revues spécialisées	86%
Amis et associés	83%
Catalogues	72%
Représentants manufacturiers	69%
Publicité dans des revues spécialisées	66%
Visites à l'usine	64%
Conférences et séminaires	59%
Groupe de consommateurs	41%
Département des achats	40%
Consultants externes	39%
Groupe de vente au détail	23%
Publicité journaux	22%
Autres	2%

Source : CEIR, Power of exhibitions 1, 1996

5.3 Les visiteurs et la vente de produits

Peu à peu, les manufacturiers et les distributeurs ont réalisé qu'il en coûte **45% moins cher (550 \$ vs 997 \$)** pour conclure une vente via une foire industrielle ou commerciale que par des visites-vendeur chez un client potentiel. On a aussi noté qu'il était beaucoup moins onéreux d'identifier un "prospect" **via une foire commerciale (162 \$ versus 277 \$)** que par une visite sur le territoire. Enfin, dans 50 % des cas, on clôt la vente avec un "prospect" identifié à une foire commerciale, **sans une visite chez le client..** Ainsi, on comprend mieux les raisons qui ont favorisé la croissance rapide de l'industrie nord américaine des foires industrielles et commerciales.

Tableau 7

Les visiteurs à une foire industrielle et commerciale et la vente de produits

26 % des visiteurs	signent une commande
77% des visiteurs	y trouvent au moins un nouveau fournisseur
76 % des visiteurs	sollicitent un prix pour le produit
51 % des visiteurs	exigent une visite d'un représentant
94 % des visiteurs	procèdent à un marchandage en vue de l'achat d'un produit

Source : CEIR, *Power of exhibitions 1*, 1996

5.4 Les variables du marketing-mix

La construction d'un Centre de foires moderne et rencontrant les nouveaux standards d'une industrie en pleine croissance **n'est pas automatiquement un gage de succès.**

Une stratégie marketing agressive et ciblée doit être mise en place dès l'annonce officielle du projet et le début des travaux. Une petite équipe dynamique animera cette stratégie marketing à l'aide d'un plan de travail détaillé devant rencontrer des objectifs financiers bien définis et mesurables afin d'en assurer la rentabilité le plus rapidement possible (horizon 2 ans).

Cette stratégie de marketing repose sur les quatre paramètres suivants :

- la politique de produits /services
- la politique de prix
- la politique de vente
- la politique de publicité et de promotion

5.4.1 La politique de produits / services

Si on se réfère à l'étude de marché, les produits et services offerts au nouveau Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval seront les suivants :

- des foires "Grand public"
- des foires de type spécialisé ("Trade")
- des foires mixtes
- des événements spéciaux
- des produits publicitaires (ex. : commandites, publicité sur le terrain et à l'intérieur, redevances, etc.)

Les trois premiers produits ont été abondamment définis dans l'étude de marché déposée en octobre 2000.

Les événements spéciaux

Ces événements sont soit ponctuels soit récurrents et sont habituellement reliés à l'espace disponible ainsi qu'aux occasions d'affaires qu'offre le Centre. Par exemple, le Centre peut être utilisé comme place de rencontres et de réunions, ou accueillir un "Sommet de la francophonie" ou un événement politique, syndical ou médiatique, etc. ou répondre à un besoin spécifique à la région, tel des rencontres pour les employés de General Motors à Ste-Thérèse. De plus, le site se prêterait bien pour accueillir un événement agricole majeur.. En somme, le Centre dispose de vastes espaces intérieurs pouvant répondre à ces demandes particulières.

Produits publicitaires

Le Centre offrira une visibilité à de nombreuses sociétés de Ville de Laval, de la région, etc. pour la promotion de leurs activités. En effet, l'achalandage par une clientèle nombreuse (plus de 1 million de visiteurs dès la 2^{ième} année d'exploitation) mais également scolarisée et dont le revenu disponible est élevé fournira une occasion unique de se faire voir et connaître (bannière, promotion spéciale, affichage permanent, etc.). Le Centre pourra également offrir ses propres produits publicitaires.

Le nouveau Centre jouira d'une localisation géographique privilégiée, à la jonction des grands axes routiers qui desservent Ville de Laval en facilitant d'autant l'accès et la visibilité ce qui devrait attirer les promoteurs et les commanditaires.

5.5 La politique de prix

Considérant la politique de prix appliquée à travers le Canada et en Amérique du Nord dans les nouveaux centres modernes, nous basons notre politique de prix en fonction des éléments suivants :

- 5.5.1 Les nouveaux centres commandent des **assistances accrues** de 18 à 25 % lors de leur première année d'exploitation.
- 5.5.2 La **facilité de l'accès** à ces nouveaux centres (ex. : nombre de portes et quais de chargement,) réduit les temps de montage-démontage.
- 5.5.3 La confirmation récente du rôle de **comptoirs commerciaux** importants d'une région, attire les exposants et favorise la création de nouveaux événements.

Dans la présente étude de rentabilité, nous utiliserons donc les moyennes nationales et nord-américaines, notamment en ce qui concerne :

	Prix ⁶
a) location au pi.car	
- montage-démontage - jours d'exposition	10 cents / pi. car. / jour 16 cents/ pi. car./ jour
b) stationnement	6,09 \$
c) admissions	7,00 \$
d) restauration	1,15 \$ per capita
e) bars	1,15 \$/ capita
f) services	65 \$/ kiosque
g) vestiaire	1,74 \$ / personne

⁶ Prix sans taxes

5.6 Politique de vente

La grande région de Montréal dont fait partie Laval ne compte aucun organisme voué à la promotion et à l'attraction de foires commerciales et horticoles d'envergure nationale ou internationale. Avec son nouveau centre, Ville de Laval détiendra un avantage indéniable et il reviendra à son équipe de marketing, **dès l'annonce du projet (18 à 24 mois avant l'ouverture du centre) d'en faire la promotion et de faire signer des contrats fermes aux promoteurs de foires en commençant par ceux qui ont manifesté l'intention d'organiser leur événement à Laval.**

Rappelons que dans notre étude de marché, plusieurs promoteurs se sont dits très enthousiastes et attendent impatiemment l'ouverture de ce nouveau centre. Certains souhaitent être informés du déroulement des travaux et pourraient même être mis à contribution pour la promotion du centre. Ils ont hâte de pouvoir réserver des dates fermes.

Préalablement à la démarche ci-haut mentionnée, l'équipe marketing devra :

5.6.1 Négocier des contrats fermes (3 à 5 ans renouvelables) avec les fournisseurs de services :

- électricité et accrochage
- manutention
- restauration et opération des bars et vestiaires
- nettoyage et entretien
- billetterie
- opération des stationnements
- téléphones, fax, communications
- autres

Ces contrats ont une influence directe sur les prix facturés aux promoteurs pour la présentation de leurs expositions.

5.6.2 Contrat type avec les promoteurs.

C'est uniquement après que l'exercice précédent aura été complété que le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval pourra songer à la signature de contrats fermes (5 ans renouvelables) avec les **promoteurs de façon à assurer la sécurité financière du Centre avant même que l'étape de la construction ne débute..**

Finalement, cette étape comprendra, en parallèle, le démarchage relié aux événements spéciaux et la confirmation de commandites majeures décrites précédemment.

5.6.3 Contrat liant l'administration du Centre à Ville de Laval,

Lorsque les deux premières étapes seront complétées, de même que les états financiers prévisionnels (s'appuyant sur des contrats fermes avec les fournisseurs et les clients promoteurs), le propriétaire du Centre d'expositions (Ville de Laval) voudra, tout comme au National Trade Center à Toronto, **en confier l'administration et la promotion à une société, idéalement privée ou mixte, en vertu d'un contrat à moyen terme et renouvelable.** Cette société devrait être financièrement solide au point de constituer une garantie à 100 % de sa capacité à respecter ses engagements financiers envers Ville de Laval même lors des années plus difficiles que constitue la période de démarrage.

5.6.4 Budget de vente

Avant même l'ouverture du Centre d'expositions (18 à 24 mois), il faudrait prévoir un budget de vente (comprenant un salaire d'un administration/vendeur plus les frais de vente de) :

24 mois avant l'ouverture :	125 000 \$
12 mois avant l'ouverture :	<u>125 000 \$</u>
Total (2 ans avant l'ouverture)	250 000 \$

5.7 Politique de publicité / promotion

5.7.1 Publicité

L'effort publicitaire devra être intensif spécialement au cours des deux ans précédant l'ouverture du Centre. On voudra y cibler les promoteurs à deux niveaux :

a) Au national

On voudra cibler ici en priorité les promoteurs des régions de Montréal, Ottawa-Outaouais, Toronto, Québec et l'Est du Canada. Ce sont les premiers intéressés par un Centre situé à Laval; ils connaissent Montréal et son potentiel et voudront tenir à Laval des foires qu'ils présentent déjà ailleurs au Canada ou ajouter, dans le cas de foires nouvelles, Laval à leur calendrier.

b) À l'international

Au moins deux ans avant son ouverture, le futur Centre d'expositions de Laval voudra être présent dans les publications "prestige" de l'industrie tant aux États-Unis qu'en

Europe et en Asie. On ciblera ainsi les promoteurs internationaux. Ex. : Messago (Allemagne), Reed (Pays-Bas), DMG (Grande Bretagne), etc. en insistant sur la nouvelle structure d'accueil (Laval) et le dynamisme économique de la Grande région de Montréal. Le budget publicité (horizon 5 ans) devrait se distribuer comme suit :

- 24 mois avant l'ouverture :	100 000 \$
- 12 mois avant l'ouverture	150 000 \$
- 1ère année d'opération	160 000 \$
- 2ième année :	170 000 \$
- 3ième année :	170 000 \$

5.7.2 Promotion

Il s'agit ici du démarchage essentiel autant auprès de ceux qui ont démontré un intérêt certain (étude de marché) que ceux qui, en réponse à la publicité, veulent en savoir plus et qui sont considérés comme des prospects sérieux. Ce sont essentiellement des budgets dédiés à la recherche, aux frais de déplacement, de représentation ou reliés à la signature de contrats. Nous suggérons, à compter de l'année précédant l'ouverture du Centre, que les sommes suivantes soient consacrées annuellement au budget "promotion" :

- budget local et national	75 000 \$
- budget international	50 000
- promotion, conférences, multimédia voyages, affiches, etc. etc.	50 000
- budget de recherche en marketing	25 000
- site Web	<u>15 000</u>
Total	<u>215 000 \$</u>

5.7.3 Commandites

Au chapitre des produits publicitaires, le potentiel lié aux commandites et redevances diverses reliées à la présence d'un Centre d'expositions commerciales (localisé stratégiquement et fréquenté par plus d'un million de visiteurs annuellement) est considérable. Au cours des deux années précédant l'ouverture et la 1ère année d'opération du Centre nous suggérons un budget important à ce chapitre ⁷:

24 mois avant l'ouverture	70 000 \$
12 mois avant	70 000
1ère année d'opération	70 000
À partir de la 2ième année d'exploitation ⁸	

⁷ Il s'agit essentiellement d'un salaire de base et de commissions versés à un contractuel spécialisé du domaine des "commandites"

⁸ Cette tâche serait confiée au DG du Centre d'expositions

6. LES COÛTS D'IMMOBILISATIONS DU PROJET

Voici quelques données techniques⁹ et reliées au projet de construction d'un Centre de foires, d'une superficie de 550 000 pi. car. brut d'espace d'exposition et desservant Ville de Laval

- Terrain (2 500 000 pi. car.	15 000 000 \$
- Routes et infrastructures	5 540 000
- Bâtiment (550 000 pi. car. + 57 000 pi. car.) ¹⁰	62 000 000
- Espaces auxiliaires ¹¹	5 304 000
- Intérêts durant la construction ¹²	<u>7 800 000</u>
Grand total ^{a)}	<u>95 644 000 \$</u>

a) Taxes incluses

⁹ Telles que communiquées à Productivité Plus par Ville de Laval (Claude Asselin, directeur général, Ville de Laval)

¹⁰ Bâtiment de 550 000 pi. car. d'espace brut d'exposition plus 107 000 pi. car. additionnels d'espace auxiliaires sur 2 étages, dont 57 000 pi. car. au rez-de-chaussée (ex. : hall d'entrée, accueil, espace réservé à l'horticulture, billetterie, restaurants de type "Fast food", toilettes, etc.) et le 1er étage recevra le restaurant et la cafétéria, la cuisine, les bureaux pour Hortiparc et le MAPAQ, salles de réunions, toilettes, etc.). Le coût du bâtiment inclut les honoraires d'architectes et les taxes de 11 %.

¹¹ Voir tableau 8 à la section "D".

¹² Source : données transmises par monsieur André Bourgeois, directeur des finances, Ville de Laval, 7 juin 2001 et estimé du Groupe Productivité Plus.

Tableau 8
Les coûts d'immobilisation du projet ^(a)
(en 000 \$ constants de 2001)
(estimé) ^(b)

	en 000 \$		
A) Terrain (environ 2 500 000 pi.car.)¹⁾	15 000		
- Étude de sol	0		
- Travaux de conditionnement des sols	0		
Sous-total (terrain)		15 000	
B) Routes : infrastructures¹⁾			
- Route d'accès au site			
- Bretelle			
- Routes secondaires sur le site			
- Aménagement, pavage de 3000 cases pour stationnement			
Sous-total	3150		
- Éclairage standard			
- Égout pluvial			
- Égout sanitaire			
- Aqueduc			
- Sous-station électrique			
- Aménagement paysager			
Sous-total	2390		
Sous-total (routes et infrastructures)		5 540	
C) Bâtiment ²⁾ (550 000 pi²)			
- Frais de construction	62000		
- Frais d'intérêts durant la construction	7800		
Sous-total (bâtiment)		69 800	
Solde			90 390
<i>(a) Taxes incluses</i>			
<i>(b) Ces coûts d'immobilisation sont estimés. Ils ne s'appuient pas sur des plans et devis préliminaires préparés par un cabinet d'architectes pour le CRD-L. ou par Ville de Laval</i>			
<i>1) Source : Ville de Laval (Claude Asselin, directeur général)</i>			
<i>2) 550 000 pi. car. d'espace brut d'exposition, plus 107 000 pi. car. additionnels d'espaces auxiliaires au rez-de-chaussée (ex. : hall d'entrée, accueil, billetterie, restaurants, toilettes, etc.) et au 1er étage. Le coût du bâtiment inclut les honoraires d'architectes et les taxes.</i>			

Source : Groupe Productivité Plus et Ville de Laval

Tableau 8 (suite) coûts d'immobilisations (en 000 \$)

Sous-total reporté		90 390	
D) Espaces auxiliaires ³⁾			
- Aménagement du hall d'entrée et locaux d'accueil, etc 20 000 pi. ² @ 80 \$/pi. ² et de la zone permanente horticole	1 600		
- 15 salles de réunion (500 pi. ²), plus une salle polyvalente de 4 400 pi. ² pour un total de 11 900 pi. ² @ 40 \$/pi. ²	476		
- 4 bureaux des promoteurs, 2 salles des exposants, administration, informatique, accueil, secrétariat, photocopie, etc. totalisant 16 000 pi. ² @ 40 \$ / pi. ²	640		
- Aménagement d'espace pour l'entretien ménager, remisage des tables, chaises, espace de stockage pour les promoteurs, 5 000 pi. ² (inclus dans le coût de construction du bâtiment)	0		
- Restaurants, casses-croûte : 2700 pi. ² @ 85 \$ / pi. ²	230		
- Restaurant, cuisine, salle à manger au 2e étage : 10000 pi. ² @ 45 \$ / pi. ²	450		
- Billetterie, bureaux, caisses, etc. : 2500 pi. ² @ 45 \$ / pi. ²	113		
- Vestiaire : 3000 pi. ² @ 40 \$ / pi. ²	120		
- Ascenseurs, escaliers, livraison, etc. : 2750 pi. ² @ 100 \$ / pi. ²	275		
- Toilettes : 10000 pi. ² (sur 2 étages) @ 70 \$ / pi. ²	700		
- Info, accueil, ambulance St-Jean, informatique : 2000 pi. ² @ 100 \$/pi. ²	200		
- Zone horticole : 10 000 pi. ² @ 50 \$ / pi. ²	500		
Sous-total		5 304	
Grand total des immobilisations (A+B+C+D)			95 644

3) Estimé par le Groupe Productivité Plus

Tableau 8-A
Mobilier et équipement de bureau et autres équipements

Coûts d'immobilisation (en 000 \$)			
A) Équipement de bureau			
- Mobilier et équipement de bureau pour le Centre d'expositions	125		
- Équipement téléphonique, télécopieurs, ordinateurs, photocopieurs, imprimantes, vidéos, moniteurs, 12 rétroprojecteurs et 12 canons de projection, etc. ³⁾	360		
Sous-total (équipement de bureau) ⁵⁾		485	
B) Équipements autres			
- Câblage du centre d'expositions par fibre optique, installation de prises pour modems haute vitesse, de communications par câble et par satellite, achat de moniteurs dans le Centre de foires et d'écrans électroniques, etc.	1400		
- 4 compacteurs à déchet	250		
- Nacelle/plate-forme, 3 chariots élévateurs électriques (capacité de 4000 lbs) ⁴⁾	240		
- Système de son, système télécom, sécurité	460		
- 12 kiosques de perception magnétisés	175		
- Équipement de restauration, cuisinières, fours, réchauds, réfrigérateurs, chambre froide, caisses enregistreuses, etc.	1000		
- Entrepôt frigorifique pour les fleurs (1000 pi. car.)	75		
- Véhicule à benne frontale	100		
- 2 camionnettes	95		
- 300 tables et 1000 chaises pour réunions	160		
- Vaisselle, ustensiles, verrerie pour 1000 couverts, etc.	60		
- Tableau d'affichage électronique à l'extérieur	690		
Soust-total	4 705		
- Taxes (11 %)	518		
Sous-total (autres équipements)		5 223	
Grand total⁵⁾			5 708

3) Équipement audio-visuel, téléviseur, micro-ordinateurs, imprimantes noir et blanc et couleur, équipement téléphonique, photocopieurs, télécopieur, classeurs, mobilier de bureau, logiciels, etc.

4) Marie-Lise Gauthier, WAJAX, chariot-élévateur électrique de 4500 lbs de capacité, avec batterie, chargeur et mat 4 sections - M. Donald Babin, WAJAX, nacelle/plate-forme électrique (500 lbs de capacité)

5) Taxes incluses.

Tableau 8-B Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval Espaces "autres" dédiés aux services	
Espaces	Pi.² (environ)
Stockage	20000
Zones d'accès-tampons pour camions	12000
Toilettes	5000
Restaurants, casse-croûte (4) cuisines, etc.	7000
Salle de distribution électrique et autres services	2 000
Billetterie, bureaux, caisses, etc.	4000
Hall d'entrée	5 000
Salles de réunions (15)	5000
Vestiaires	2000
Bureaux des promoteurs (4)	3000
Salles des exposants (2)	5000
Administration	5000
Info, accueil, Ambulance St-Jean, informatique, secrétariat, photocopies, etc.	3000
Zone permanente horticole	20 000
Ascenseurs, escaliers, livraison	4000
Divers	5000
Total	107 000

7. LE FINANCEMENT

Les coûts d'immobilisations du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval seraient financés de la façon suivante :

Tableau 9

**Le financement des coûts d'immobilisations du Centre d'expositions de
550 000 pi. car. (espace brut d'exposition)**

Les coûts d'immobilisation du projet		Le financement	
	en 000 \$		en 000 \$
- Terrain (environ 2 500 000 pi.car.)	15 000	Mise de fonds	
- Routes : infrastructures	5 540	a) palier régional	31 881
- Bâtiment (550 000 pi. car)	62 000	b) gouvernement du Québec ^{a)}	31 881
- Espaces auxiliaires	5 304	c) gouvernement du Canada ^{b)}	31 882
- Financement intérimaire durant la construction	<u>7 800</u>		
Sous-total	95 644	- Prêt à terme	<u>3 000</u>
- Frais de démarrage et fonds de roulement	<u>3 000</u>		
<u>GRAND TOTAL</u>	<u>98 644</u>	<u>GRAND TOTAL</u>	<u>98 644</u>

a) et b) Financé en vertu du programme fédéral / provincial sur les infrastructures

7.2 Le financement du mobilier et équipements de bureau et autres

Le financement du mobilier et des équipements de bureau et des autres équipements s'effectuerait comme suit :

Tableau 9 - A

Le financement du mobilier et des équipements de bureau, et autres

Les coûts d'immobilisation		Le financement	
	(en 000 \$)		(en 000 \$)
- Mobilier et équipement de bureau	485	Emprunt à long terme sur équipement	<u>5 708</u>
- Autres équipement ¹⁾	<u>5 223</u>		
Total	5 708	Total	<u>5 708</u>

1) voir tableau 8- A

8. LA RENTABILITÉ

L'étude de rentabilité d'un centre de foires de 550 000 pi. car. d'espaces bruts d'exposition (plus 107 000 pi. d'espaces auxiliaires) repose sur les données recueillies auprès des promoteurs lors de notre étude de marché¹³.

Lors des entrevues réalisées auprès des promoteurs, nous avons tenu pour acquis que les événements suivants se produiraient :

- a) Place Bonaventure avait annoncé sa fermeture imminente et le Palais des congrès avait commencé des travaux d'agrandissement.
- b) La construction du métro à Laval avait été annoncée par le gouvernement du Québec et les crédits avaient même été votés par l'Assemblée nationale. Ce métro devait être opérationnel à partir de 2004.
- c) Le Centre de foires qui serait construit à Laval devait être relativement près d'une bouche de métro et près également des autoroutes l'Autouroute 15 et la 440.
- d) Le Centre de foires de Laval devait être construit près d'hôtels importants et, idéalement, plusieurs promoteurs ont mentionné qu'ils considéraient comme important la construction d'un hôtel sur le site même du centre d'expositions.
- e) Plusieurs promoteurs ont demandé qu'il y ait une navette en permanence durant les foires commerciales afin de relier le Centre d'expositions commerciales de Laval au centre-ville de Montréal..

¹³ *Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, préparée par le Groupe Productivité Plus, octobre 2000.*

Il est important de souligner que le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, même s'il dispose de 550 000 pi. car. d'espace brut d'exposition, ne pourra pas accueillir, faute d'espace suffisant, dix événements (salons "Grand public" et foires commerciales) durant les périodes de pointe de mars et d'octobre.

8.1 Revenus globaux

Le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval générerait des revenus globaux de 10,8 millions \$ en 2005 pour s'élever à 15,1 millions \$ en 2009.

8.2 Bénéfices nets

Le projet dégagerait un bénéfice net avant impôt de 2 millions \$ en 2004-2005 (année d'ouverture) et de 6,8 millions \$ en 2008-2009.

8.3 Marge d'autofinancement (bénéfice net plus amortissement)

La marge d'autofinancement serait de 3,1 millions \$ en 2005 et de 7,2 millions \$ en 2009.

8.4. Le rendement

Le rendement du projet sur l'investissement (RSI) s'établirait à 5,9 % alors que le rendement sur l'avoir des actionnaires s'établirait à 5,3 %, sur une période de 10 ans

8.5 Seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité (ou point mort) serait atteint à partir de 7 373 200 \$ de ventes. Par conséquent, le projet commencerait à générer des bénéfices après ce seuil.

8.6 Amortissement

Nous n'avons pas calculé d'amortissement annuel sur le bâtiment puisqu'il s'agit d'un édifice public. Cependant, un amortissement a été pris sur le mobilier et l'équipement ainsi que sur les "autres équipements" nécessaires pour l'exploitation du Centre.

8.7 Taxes municipales

Nous n'avons pas tenu compte du versement des taxes municipales, scolaires ou autres dans ce projet au cours des cinq premières années d'exploitation.

8.8 Les mises de fonds

La mise de fonds du palier régional (Ville de Laval ou autre) s'établirait à 31 881 000 \$. Cette mise de fonds pourrait prendre la forme d'un versement comptant ou encore d'un don de terrain ou autre.

Le gouvernement du Québec verserait 31 881 000 \$ et le gouvernement du Canada verserait 31 882 000 \$.

9. LES ÉTATS FINANCIERS PRÉVISIONNELS

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL

ETATS DES RESULTATS PREVISIONNELS

Période du 1er Septembre au 31 Aout

(en ,000 \$)

	2005	2006	2007	2008	2009
VENTES					
Ventes nettes(Voir tableau 10)	10,840.0	12,624.0	13,968.0	14,772.0	15,127.0
Coût des ventes					
Frais d'exploitations:					
resto,banquets,etc(Note 2)	652.0	863.0	896.0	946.0	982.0
Frais d'exploitations des					
bars(Note 3)	291.0	387.0	398.0	410.0	410.0
Frais d'exploitations:station,					
entrée,(Note 4)	522.0	546.0	601.0	612.0	612.0
Frais d'élec,eau,drainage,					
accrochage,vest(Note 5)	584.0	632.0	717.0	808.0	757.0
Frais de démarrage (Note 6)	1,317.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Frais de formation(Note 7)	125.0	75.0	50.0	50.0	50.0
Frais de chauffage,élec,					
climatisation(Note 8)	540.0	602.2	647.1	673.2	684.5
Assurance-incendie,responsa-					
bilité civile(Note 9)	45.1	50.3	54.0	56.2	57.1
Avantages sociaux-MOD					
(Note 10)	70.6	82.2	91.0	96.2	98.5
Salaires:main-d'oeuvre-directe					
(Note 11)	271.7	316.4	350.1	370.3	379.2
Frais d'entretien mécanique					
(Note 12)	216.8	238.2	253.4	262.2	266.0
Frais de conciergerie					
(Note 13)	696.4	788.1	855.2	894.6	911.8
Frais de déneigement,entre-					
tien,vidanges(Note14)	391.3	429.9	457.4	473.2	480.0
Amortissement annuel	1,141.6	913.3	730.6	584.5	467.6
 Coût total des ventes	 6,864.5	 5,923.6	 6,100.8	 6,236.4	 6,155.7
Bénéfice brut	3,975.5	6,700.4	7,867.2	8,535.6	8,971.3

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL
ETATS DES RESULTATS PREVISIONNELS (suite)
Période du 1er Septembre au 31 Aout
(en ,000 \$)

	2005	2006	2007	2008	2009
FRAIS D'EXPLOITATION					
Frais de vente					
Salaires de ventes & de marketing(Note 15)	195.0	227.1	251.3	265.7	272.1
Frais de séjour, hébergement, déplacement(Note 16)	155.0	180.5	199.7	211.2	216.3
Publicité, promotions(Note 17)	375.0	424.4	460.5	481.7	491.0
Avantages sociaux:vente & marketing(Note 18)	50.7	59.0	65.3	69.1	70.8
Dépenses diverses	100.0	116.5	128.9	136.3	139.5
Frais de vente (total)	875.7	1,007.5	1,105.7	1,164.0	1,189.7
Frais d'administration					
Salaires des administrateurs (Note 19)	155.0	176.7	192.7	202.1	206.2
Avantages sociaux:administrateur(Note 20)	40.3	45.9	50.1	52.6	53.7
Salaires de bureau(Note 21)	55.5	64.6	71.5	75.6	77.4
Avantages sociaux(Note 22)	14.4	16.8	18.6	19.6	20.1
Dépenses de bureau(Note 23)	85.0	99.0	109.5	115.8	118.6
Assurances responsabilité (note 24)	100.0	114.8	125.8	132.3	135.2
Frais de communications (note 25)	90.0	104.8	116.0	122.6	125.6
Honoraires professionnels (note 26)	90.0	103.3	113.2	119.1	121.7
Mauvaises créances(Note 27)	108.0	125.8	139.2	147.2	150.7
Frais d'administration (total)	738.2	851.7	936.6	986.9	1,009.2
TOTAL DES FRAIS D'EXPLOITATION	1,613.9	1,859.2	2,042.3	2,150.9	2,198.9
BENEFICE D'EXPLOITATION	2,361.6	4,841.2	5,824.9	6,384.7	6,772.4
Frais financiers	399.8	162.3	0.0	0.0	0.0
Bénéfice avant impôt	1,961.8	4,678.9	5,824.9	6,384.7	6,772.4
Impôt sur le revenu	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Bénéfice net après impôt	1,961.8	4,678.9	5,824.9	6,384.7	6,772.4
Amortissement annuel	1,141.6	913.3	730.6	584.5	467.6
Marge d'autofinancement (Cash flow)	3,103.4	5,592.2	6,555.5	6,969.2	7,240.0

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL

BILANS PREVISIONNELS

**Au 31 Aout
(en ,000 \$)**

	2005	2006	2007	2008	2009
ACTIF					
ACTIF A COURT TERME					
Encaisse	273.9	3,248.5	7,956.8	14,882.8	22,109.7
Comptes-clients(Note 28)	1,333.3	1,552.8	1,718.1	1,817.0	1,860.6
Matières premières(Note 29)	596.2	694.3	768.2	812.5	832.0
Total de l'actif à court terme	2,203.4	5,495.6	10,443.1	17,512.3	24,802.3
AUTRES ACTIFS					
Frais de 1er établissement (Note 29a)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total des autres actifs	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
IMMOBILISATIONS					
Terrain, routes et infra- structures(Note 30)	20,540.0	20,540.0	20,540.0	20,540.0	20,540.0
Immeuble(Note 31)	69,800.0	69,800.0	69,800.0	69,800.0	69,800.0
Moins : amortissement accumulé	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Espaces auxilliaires/(Note 32)	5,304.0	5,304.0	5,304.0	5,304.0	5,304.0
Moins : amortissement accumulé	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Equipement de bureau (Note 33)	485.0	485.0	485.0	485.0	485.0
Moins : amortissement acc (Note 34)	97.0	174.6	236.7	286.3	326.1
Autres équipements(Note 35)	5,223.0	5,223.0	5,223.0	5,223.0	5,223.0
Moins : amortissement acc (Note 36)	1,044.6	1,880.3	2,548.8	3,083.7	3,511.5
Valeur aux livres des immobilisations	100,210.4	99,297.1	98,566.5	97,982.0	97,514.4
TOTAL DE L'ACTIF	102,513.8	104,892.7	109,109.6	115,594.3	122,416.7

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL
BILANS PREVISIONNELS (suite)

Au 31 Aout
(en ,000 \$)

	2005	2006	2007	2008	2009
PASSIF					
PASSIF A COURT TERME					
Emprunts bancaires(Note 38)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Comptes-fournisseurs(Note 39)	700.0	900.0	1,000.0	1,100.0	1,150.0
Total du passif à court terme	700.0	900.0	1,000.0	1,100.0	1,150.0
PASSIF A LONG TERME					
Emprunt sur équipement (Note 40)	3,708.0	1,708.0	0.0	0.0	0.0
Emprunt à long terme (Note 40a)	500.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total du passif à long terme	4,208.0	1,708.0	0.0	0.0	0.0
AVOIR DES ACTIONNAIRES					
Mise de fonds:Ville de Laval (Note 41)	31,881.0	31,881.0	31,881.0	31,881.0	31,881.0
Mise de fonds:Gouv du Québec (Note 42)	31,881.0	31,881.0	31,881.0	31,881.0	31,881.0
Bénéfices non répartis	1,961.8	6,640.7	12,465.6	18,850.3	25,622.7
Mise de fonds:Gouv du Canada (Note 43)	31,882.0	31,882.0	31,882.0	31,882.0	31,882.0
Total de l'avoir des actionnaires	97,605.8	102,284.7	108,109.6	114,494.3	121,266.7
TOTAL DU PASSIF ET DE L'AVOIR DES ACTIONNAIRES	102,513.8	104,892.7	109,109.6	115,594.3	122,416.7
Productivité Plus inc.					

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL
MOUVEMENT DE TRESORERIE ACTUALISE

	(en ,000 \$)										
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Emprunt à court terme	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Emprunt à long terme	8,708.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Remboursement de capital		4,500.0	2,500.0	1,708.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Immobilisations	101,352.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Fonds de roulement (sans prêt de banque)		1,503.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Bénéfice avant impôt amortissement, intérêt		3,503.2	5,754.5	6,555.5	6,969.2	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0
Amortissement annuel		1,141.6	913.3	730.6	584.5	467.6	374.1	299.3	239.3	191.6	153.2
Paielement d'intérêt sur dettes à court terme		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Paielement d'intérêt sur dettes à long terme		399.8	162.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Bénéfice avant impôt, après amortissement et int.		1,961.8	4,678.9	5,824.9	6,384.7	6,772.4	6,865.9	6,940.7	7,000.7	7,048.4	7,086.8
Impôt avec intérêt		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Impôt sans intérêt		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Récupération du fonds de roulement											1,503.4
Valeur résiduelle des immobilisations											96,256.9
RENDEMENT SUR L'INVESTISSEMENT (AVANT INTERET)						5.9 %					
Sortie de fonds	101,352.0	1,503.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Entrée de fonds	0.0	3,503.2	5,754.5	6,555.5	6,969.2	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	105,000.3
Mouvement net	%(101,352.	1,999.8	5,754.5	6,555.5	6,969.2	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	105,000.3
RENDEMENT SUR L'AVOIR DES ACTIONNAIRES						5.3 %					
Sortie de fonds	101,352.0	6,403.2	2,662.3	1,708.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Entrée de fonds	3,000.0	3,503.2	5,754.5	6,555.5	6,969.2	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	105,000.3
Mouvement net	(98,352.0)	(2,900.0)	3,092.2	4,847.5	6,969.2	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	7,240.0	105,000.3

Productivité Plus inc.

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL

SEUIL DE RENTABILITE DU PROJET
(en ,000 \$)

Points morts

Profit net après impôt= \$0.00

Ventes 7,373.2

Marge d'autofinancement= \$0.00

Ventes 6,216.3

Productivité Plus inc.

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL
ETAT DE SOURCE ET D'UTILISATION DES FONDS
(en ,000 \$)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	TOTAL
SOURCES DE FONDS							
AVOIR DES ACTIONNAIRES							
Capital-actions ordinaires	31,881.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	31,881.0
Capital-actions privilégiées	31,881.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	31,881.0
Sous-total	63,762.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	63,762.0
Passif à long terme	8,708.0	(4,500.0)	(2,500.0)	(1,708.0)	0.0	0.0	0.0
Emprunts bancaires		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Marge d'autofinancement		3,103.4	5,592.2	6,555.5	6,969.2	7,240.0	29,460.3
Total des fonds disponibles	72,470.0	(1,396.6)	3,092.2	4,847.5	6,969.2	7,240.0	93,222.3
UTILISATION DES FONDS							
IMMOBILISATIONS							
Terrain	20,540.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20,540.0
Immeuble	69,800.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	69,800.0
Machines et équipement	5,304.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5,304.0
Matériel roulant	485.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	485.0
Mobilier et équipement de bureau	5,223.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5,223.0
Sous-total	101,352.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	101,352.0
AUTRES ACTIFS							
Autres	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
Sous-total	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
GRAND TOTAL DES IMMOBILISATIONS	101,452.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	101,452.0

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL

ETAT DE SOURCE ET D'UTILISATION DES FONDS (Suite)
(en ,000 \$)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	TOTAL
UTILISATION DES FONDS (SUITE)							
FONDS DE ROULEMENT							
Encaisse		273.9	2,974.6	4,708.3	6,926.0	7,226.9	22,109.7
Comptes-clients		1,333.3	219.5	165.3	98.9	43.6	1,860.6
Matières premières		596.2	98.1	73.9	44.3	19.5	832.0
TOTAL DU FONDS DE ROULEMENT		2,203.4	3,292.2	4,947.5	7,069.2	7,290.0	24,802.3
MOINS EXIGIBILITES							
Comptes-fournisseurs		700.0	200.0	100.0	100.0	50.0	1,150.0
TOTAL DES EXIGIBILITES		700.0	200.0	100.0	100.0	50.0	1,150.0
Fonds de roulement à financer		1,503.4	3,092.2	4,847.5	6,969.2	7,240.0	23,652.3
Utilisation des fonds	101,452.0	1,503.4	3,092.2	4,847.5	6,969.2	7,240.0	125,104.3
Surplus ou (déficit)	(28,982.0)	(2,900.0)	0.0	0.0	0.0	0.0	(31,882.0)
Productivité Plus inc.							

Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

Notes aux états financiers

REVENUS D'EXPLOITATION :

Note 1 : Revenus globaux

Voir tableau 10.

FRAIS D'EXPLOITATION :

Note 2 : Frais d'exploitation des restaurants, banquets et machines distributrices. (Voir tableaux 11 et 12)

	2004	2005	2006	2007	2008
	(000 \$)				
Frais d'exploitation de la restauration (tableau 11)	527	707	729	758	788
Frais d'exploitation des banquets et des machines distributrices (tableau 12)	125	156	167	188	194
Total	652	863	896	946	982

Note 3 : Frais d'exploitation des bars : (Voir tableau 13)

Note 4 : Frais d'exploitation des terrains de stationnement et frais de perception des billets d'entrée au Centre de foires.
(Voir tableaux 14 et 19)

	2004	2005	2006	2007	2008
	(000 \$)				
Frais d'exploitation des terrains de stationnement (voir tableau 14)	249	243	285	288	288
Frais d'exploitation de la perception des billets d'entrée au centre de foires (voir tableau 19)	273	303	316	324	324
Total	522	546	601	612	612

Note 5 : Frais d'électricité aux stands, accrochage au plafond, stockage, eau, frais de drainage et frais d'opération des vestiaires, etc.
(voir tableaux 15 , 16, 17 et 18)

	2004	2005	2006	2007	2008
	(000 \$)				
Frais d'électricité, accrochage et stockage (Voir tableau 15)	462	484	556	635	581
Frais de drainage, eau (voir tableau 17)	27	29	34	40	36
Frais de vestiaires (Voir tableau 18)	95	119	127	133	140
Total	584	632	717	808	757

Note 6 : Frais de démarrage

- plans et esquisses préliminaires, maquette, etc.	250 000 \$
- budget de vente : (négociations de contrats avec les fournisseurs de services, les promoteurs, la société immobilière (ou autre) qui s'occupera de gérer le Centre d'expositions :	
24 mois avant l'ouverture	125 000
12 mois avant l'ouverture	125 000
- budget de publicité :	
24 mois avant l'ouverture	100 000
12 mois avant l'ouverture	150 000
- budget de promotion, conférences, voyages, affiches, recherche de marché, site web, etc. (avant l'ouverture du Centre)	215 000
- budget de commandites :	
24 mois avant l'ouverture	70 000
12 mois avant l'ouverture	70 000
- coordination du projet (24 mois avant l'ouverture du centre de foires) contrats, interface avec les professionnels, scénarios de financement, déboursés et communications avec le milieu et interface avec Ville de Laval et le CRD-L	50 000
- étude de faisabilité du projet (scénarios de 400 000 pi. car et de 550 000 pi. car. de surface brute d'exposition)	<u>162 000</u>
Total	<u>1 317 000 \$</u>

Note 7 : Coût de formation de la main-d'oeuvre

Il s'agit des coûts de formation des employés de direction ainsi que ceux des employés de soutien : formation séminaires, colloques, etc.

Note 8 : Frais de chauffage, électricité et climatisation

Source : Groupe Productivité Plus (estimé préliminaire).

Note 9 : Assurance-incendie et responsabilité civile

75 014 000 \$ x 0,06 \$ / 100 \$ d'évaluation ou 45 062 \$

Source : M. Guy Collard, greffier, Ville de Laval

Note 10 : Avantages sociaux (main-d'oeuvre directe)

Les avantages sociaux s'établissent à 26 % des coûts salariaux.

Note 11 : Salaires : main-d'oeuvre directe

Les salaires de la main-d'oeuvre directe, en 2004, apparaissent ci-après :

2 contremaîtres, soit	96 000 \$
1 préposé à l'entretien, soit	29 000
1 coordonnateur aux équipements, soit	38 000
1 gardien de sécurité, soit	34 000
1 gardien de nuit durant les activités, soit	29 700
1 préposé au tableau d'affichage électronique à l'extérieur du Centre	<u>45 000</u>
Total	<u>271 700 \$</u>

Ces coûts salariaux n'incluent pas les avantages sociaux. (Voir tableau 5). Pour ce qui est des autres salaires indiqués au tableau 5, soit ceux des chefs de la billetterie, des préposés à la billetterie, des préposés aux tourniquets, des préposés à la perception de billets de stationnement ainsi que des préposés à la circulation sur le terrain, leur salaire est déjà incorporé dans les coûts d'exploitation des terrains de stationnement ainsi que dans les coûts d'exploitation de la perception de billets d'entrée au centre de foires, etc.

Note 12 : Frais d'entretien mécanique

Il s'agit d'un estimé basé sur l'expérience du Groupe Productivité Plus lors de la construction de centres de foires. Cet estimé s'élève à un coût de 0,33 \$/ pi. car. ou 657 000 pi. car. x 0,33 \$ / pi. car. = 216 810 \$

Note 13 : Frais de conciergerie

Ces coûts s'élèvent à 1,06 \$ / pi. car. et comprennent les coûts suivants : soit 657 000 pi. car. x 1,06 \$ / pi. car. = 696 420 \$

Note 14 : Frais de déneigement, entretien, vidanges

Ces frais s'établissent annuellement¹⁾ à :

a) déneigement :

3000 places de stationnement x 120 pi ² / véhicules =	360 000 pi ²
Plus : aires de circulation et voies d'accès	<u>240 000 pi².</u>

Total	600 000 pi ²
-------	-------------------------

600 000 pi. car. ÷ 10,76 pi ² / mètre ² =	
55 762 mètres ² x 1,70 \$ / mètre ² =	94 795 \$

b) entretien extérieur des jardins
 (jardiniers et achat annuel de fleurs, arbustes, etc.) 150 000

c) <u>vidanges</u> (estimé à 0,223 \$ / pi ²)	<u>146 511</u>
---	----------------

Total	<u>391 306 \$</u>
--------------	--------------------------

(1) Groupe Productivité Plus inc.

FRAIS DE VENTE

Note 15 : Salaires de vente et marketing ⁽¹⁴⁾ (Voir tableau nos 4 et 5)

Année 2004

• salaire du directeur des relations publiques et du marketing	75 000 \$
• salaires d'un préposé aux ventes	55 000
• salaire du directeur des événements	<u>65 000</u>
Total	<u>195 000 \$</u>

Note 16 : Frais de séjour, hébergement, déplacement et représentation

Source : Le Groupe Productivité Plus

Note 17 : Publicité et promotion

2004

(estimé)

Frais de publicité, voir rapport, chapitre 4.7.1)	160 ,000
Frais de promotion (voir rapport chapitre 5.7.2)	<u>215 000</u>
Total	<u>375 000</u>

Source : Le Groupe Productivité Plus

Note 17a) : Commandites

Personne-ressource préposée à la recherche de commandites , 18 mois avant l'ouverture du Centre de foires. À partir de l'année 2004/2005, cette tâche sera accomplie par l'équipe de ventes et marketing.

¹⁴ Sans les avantages sociaux

Note 18 : Avantages sociaux

Ils s'élèvent à 26 % des coûts salariaux.

FRAIS D'ADMINISTRATION

Note 19 : Salaires des administrateurs¹⁵ (Voir tableaux 4 et 5)

	<u>Année 2004</u>
– Salaire du directeur général	95 000
– Salaire du contrôleur	<u>60 000</u>
Total	<u>155 000 \$</u>

Note 20 : Avantages sociaux des administrateurs

26 % x 155 000 \$ 40 300 \$

Note 21 : Salaires de bureau (Voir tableaux 4 et 5)

	<u>Année 2004</u>
– Salaire d'un commis de bureau	27 000 \$
– Salaire d'une secrétaire/réceptionniste	<u>28 500</u>
Total	<u>55 500 \$</u>

Note 22) : Avantages sociaux (salaires de bureau)

26 % x 55 500 \$ = 14 430 \$

¹⁵ Sans les avantages sociaux

Note 23 : Dépenses de bureau

Source : Groupe Productivité Plus

Note 24 : Assurance responsabilité

Assurance responsabilité professionnelle en cas d'annulation d'événements hors du contrôle des administrateurs du centre de foires.

Notons que le Centre d'expositions de Laval devra exiger que les promoteurs couvrent le Centre d'une assurance responsabilité civile pour au moins 3 millions \$ et une assurance incendie d'un minimum de 5 millions de \$. Le solde sera couvert par une police d'assurance aux frais du Centre d'expositions.

Note 25 : Frais de communication

Il s'agit des frais suivants :

- . téléphone
- . fax
- . cellulaire
- . site internet
- . câble haute vitesse
- . etc.

Note 26 : Honoraires professionnels

Honoraires de vérification comptable, honoraires des conseillers juridiques et autres.

Note 27 : Mauvaises créances

Elles s'établissent à 1 % des ventes.

ACTIFS À COURT TERME

Note 28 : Comptes-clients

Ils s'établissent, en moyenne, à 45 jours.

Note 29 : Stock de matières premières

Il s'agit de stock de boissons alcoolisées (bière) et de boissons gazeuses, etc. Les stocks peuvent atteindre de 10 à 20 jours de ventes.

Note 29a) Frais de premier établissement

Il s'agit des frais légaux d'incorporation, de création de l'image corporative, de préparation de contrats avec la société de gestion du Centre de foires, etc.

IMMOBILISATIONS

Note 30 : Terrain (Voir tableau 8.)

Note 31 : Bâtiment ou immeuble (Voir tableau 8.)

(000 \$)

Coût du bâtiment 62 000

Intérêt durant la construction 7 800

Total **69 800 \$**

Note 32 : Espaces auxiliaires (Voir tableau 8.)

N.B. : Le taux d'amortissement s'établit à 10 % l'an sur le solde décroissant.

Note 33 : Équipement de bureau (Voir tableau 8.)

Note 34 : Amortissement accumulé : équipement de bureau

Le taux s'établit à 20 % l'an sur le solde décroissant.

Note 35 : Autres équipements (Voir tableau 8.)

Note 36 : Amortissement accumulé : autres équipements

Le taux s'établit à 20 % l'an sur le solde décroissant.

Note 37 : Frais de 1er établissement

Voir note 29a).

PASSIF À COURT TERME

Note 38 : Emprunt bancaire

C'est la marge de crédit bancaire. Elle porte un taux de 8 % l'an.

Note 39 : Comptes-fournisseurs

Les comptes fournisseurs sont payés, en moyenne, à 45 jours.

PASSIF À LONG TERME

Note 40 : Emprunt sur équipement

Cet emprunt se chiffre à 5 708 000 \$ et sera remboursé sur 3 ans, à raison de deux versements égaux de 2 millions \$ la première année et la seconde année et d'un versement de 1 708 000 \$ la troisième année. Le taux d'intérêt a été fixé à 8 % l'an.

Note 40a) : Emprunt à long terme

Il s'agit d'un prêt à terme d'une valeur de 3,0 millions \$, remboursable sur 2ans, à raison d'un versement de 2,5 millions de \$ à la fin de la 1ère année et de 0,5 million \$ à la fin de la seconde année Le taux d'intérêt s'établit à 8 % l'an.

AVOIR DES ACTIONNAIRES

Note 41 : Mise de fonds de Ville de Laval

La mise de fonds de Ville de Laval pourrait prendre la forme d'un don de terrain, comme ce fut le cas à Québec. Cette mise de fonds s'établit au tiers des coûts d'immobilisation du projet (à l'exclusion des équipements et du mobilier), soit $\frac{1}{3}$ de 95 644 000 \$ = 31 881 000 \$.

Note 42 : Mise de fonds du gouvernement du Québec

Il s'agit d'une subvention non remboursable d'une valeur de 31 881 000 \$ versée par le gouvernement du Québec.

Note 43 : Mise de fonds du gouvernement du Canada

La mise de fonds du gouvernement du Canada s'établirait à 31 882 000 \$,

Note 44 : Bénéfices non répartis (BNR)

Ce sont les bénéfices accumulés par le centre de foires à chaque année.

Tableaux complémentaires

Tableau 10

Revenus globaux générés par le nouveau Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
(cinq premières années d'exploitation (en 000 \$))

Année	1	2	3	4	5
Revenus provenant :					
	<i>(en 000 \$)</i>				
. Location d'espace d'exposition (tableaux 24 A-B-C-D-E.)	6116	6697	7624	7947	8139
. Restauration (tableaux 11 et 12)	1093	1450	1522	1635	1713
. Bars (tableau 13)	868	1164	1210	1270	1333
. Stationnement des voitures (tableau 14)	798	1011	1078	1133	1188
. Prises électriques aux stands d'exposition (tableaux 15 -16)	946	991	1139	1302	1190
. Services d'eau et de drainage (tableau 17)	45	48	57	67	60
. Services de vestiaires (tableau 18)	190	238	254	266	280
. Redevances sur billets d'entrée (tableau 19)	634	850	884	927	974
. Revenus de commandites ¹ (estimés)	150	175	200	225	250
Total	10840	12624	13968	14772	15127
1) Tableau électronique extérieur, affichage intérieur, commandite pour la raison sociale du Centre d'expositions,					
ententes spéciales avec les fournisseurs de nourriture, compagnies de bière, compagnie de					
boissons gazeuses, etc.					

Tableau 11

Revenus et dépenses provenant de la restauration au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

(Période 2004 à 2008)

(en \$ constants de 2001)

Revenus :	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de visiteurs (000)					
Consommation per capita (1,15 \$)	755	1012	1052	1104	1159
Revenus totaux (1) (en ,000 \$)	868	1164	1210	1270	1333
Dépenses :					
achat nourriture et salaires (en ,000 \$)	347	466	484	508	533
honoraires de gestion (en ,000 \$)	100	135	135	135	135
autres frais (logiciels pour caisses enregistreuses, emballage, gaz, électricité etc.) (en ,000 \$)	80	106	110	115	120
Total des frais (en 000 \$)	527	707	729	758	788
Bénéfices nets (en ,000 \$)	341	457	481	512	545

Note : La gestion de la restauration serait confiée à une firme externe de gestionnaires professionnels spécialisée. On assume que le Centre d'expositions de Laval fournit tous les équipements suivants : cuisinières au gaz ou électriques, réchauds, réfrigérateurs, chaises et tables, caisses enregistreuses, etc.

(1) Sans taxes

Source : Expo-cité

Tableau 12

Revenus et dépenses provenant des banquets et machines distributrices
 au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

(Période 2004 à 2008)
 (en \$ constants de 2001)

	2004	2005	2006	2007	2008
Revenus totaux (en ,000 \$)	225	286	312	365	380
Dépenses :					
achat nourriture et salaires (en ,000 \$)	90	114	125	146	152
honoraires de gestion (en ,000 \$)	35	42	42	42	42
Total des frais (en 000 \$)	125	156	167	188	194
Bénéfices nets (en ,000 \$)	100	130	145	177	186

Note : La gestion des banquets serait confiée à une firme spécialisée externe de gestionnaire professionnels.
 La gestion des machines distributrices serait effectuée par le personnel du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval.

Source : Expo-Cité, Québec et étude de marché du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, Groupe Productivité Plus, octobre 2000.

Tableau 13
Revenus et dépenses¹⁾ provenant des bars pour les foires commerciales²⁾ de type "Grand public"
au nouveau Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
(Période 2004 à 2008 - (en \$ constants de 2001))

Revenus :	2004	2005	2006	2007	2008
- Nombre de jours d'activités ²⁾	64	76	81	84	83
- Nombre de visiteurs (000), (Salons "Grand public")	755	1012	1052	1104	1159
- Consommation de bière (en \$/capita)	1,15	1,15	1,15	1,15	1,15
Revenus provenant de la vente de bière (en, 000 \$)	868	1164	1210	1270	1333
Dépenses (en 000 \$):					
. coût des matières premières	136	182	189	198	208
. coût de la main-d'œuvre	55	65	69	72	71
. honoraires de gestion	100	140	140	140	140
Sous-total dépenses	291	387	398	410	410
Revenus nets (en 000 \$)³⁾	577	778	812	860	914

- 1) *Le coût d'achat d'une caisse de 24 bières s'élève à 20 \$ et le centre d'expositions commerciales et horticoles pourra recevoir une caisse gratuite à toute les 4caisses, s'il négocie correctement avec les compagnies de bière.*

Un barman coûte environ 8,50 \$ / heure plus les avantages sociaux, soit 10,71\$ au total. Il s'agit d'employés temporaires, non-syndiqués. au Centre d'expositions commerciales et horticoles et on peut prévoir l'embauche d'environ 8 barman x 10 heures x jour/ nombre de jours d'activité.

- 2) *Voir Étude de marché du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval et révision des prévisions du nombre de jours d'activité compte tenu de l'élimination de 10 événements, faute d'espace, durant les mois de pointe de mars et d'octobre, et l'ajout d'un nouvel événement de type "Grand public" depuis janvier 2001.*

- 3) *Sans taxes*

Source : Expo-Cité, Québec

Tableau 14
Revenus et dépenses¹⁾ provenant de l'exploitation du terrain de stationnement
au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
(Période 2004 à 2008) (En \$ constants de 2001)

Revenus :	2004	2005	2006	2007	2008
- Nombre de visiteurs (000); salons "Grand public" et foires commerciales	905	1146	1219	1278	1342
- Nombre de stationnements (000)	131	166	177	186	185
- Prix du stationnement pour une voiture ¹⁾ (en \$)	6,09	6,09	6,09	6,09	6,09
- Nombre de jours d'activité (salons "Grand public" et foires)	156	162	175	176	177
Revenus de stationnement (en 000 \$) ;	798	1011	1078	1133	1188
Dépenses (en 000 \$) :					
- coût de la main-d'œuvre préposée aux kiosques de perception 4 personnes x 2 quarts de travail ou 8 personnes x 7 heures / jour x 12,75 \$/ heure x nbre jours d'activité/an (en 000 \$)	111	116	125	126	126
- Coût de la main-d'oeuvre préposée aux kiosques de perception lors des jours de montage/démontage : 1 personne x 10 heures x 12,75 \$ / hre x nombre de jours de montage /démontage	10	14	16	16	16
- coût de la main-d'œuvre servant à placer les automobilistes ou 6 personnes x 10 heures / jours x10,00 \$ / heure x nbre jrs activité/an	94	97	105	106	106
	215	227	246	248	248
Sous-total (main-d'oeuvre)					
Plus : avantages sociaux ³⁾	34	36	39	40	40
Total des dépenses (en 000 \$)	249	243	285	288	288
Bénéfices nets (en 000 \$)⁽²⁾	549	768	793	845	900

1) et 2) Sans taxes

3) Avantages sociaux = 16 %

Source : Expo-Cité

Tableau 15

Revenus⁽¹⁾ provenant des frais d'électricité, d'accrochage au plafond, de communications et de loyers facturés aux exposants
du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
(Période 2004 à 2008) - (En \$ constants de 2001)

	2004	2005	2006	2007	2008
- Nombre de stands d'exposition	6 045	6 364	7 588	8 992	8 006
- Revenus provenant du raccordement électrique, par stand d'exposition, en \$	65 \$	65 \$	65 \$	65 \$	65 \$
- Revenus provenant de l'accrochage de banderoles au plafond : 65 \$ / hre (1stand sur sept environ)	9,30 \$	9,30 \$	9,30 \$	9,30 \$	9,30 \$
Revenus totaux (en ,000 \$)					
- Raccordement électrique	393	414	493	584	520
- Accrochage au plafond (voir tableau 16)	56	59	70	83	74
- Stockage (voir tableau 16)	78	81	88	88	88
- Communications (voir tableau 16)	242	255	303	360	320
- Loyers provenant des 15 salles de réunion : (15 salles x 50 % (taux d'occupaton) x 125 \$ / jr X nombre de jours d'activité)	147	152	155	157	158
- Loyer provenant de l'espace de bureau (3000 pi. car.) occupé par Hortiparc @ 10 \$ / pi. car.)	<u>30</u>	<u>30</u>	<u>30</u>	<u>30</u>	<u>30</u>
Total	946	991	1 139	1 302	1 190
Dépenses (en , 000 \$):					
Frais alloués à des entrepreneurs (électricité, accrochage et communications)	462	484	556	635	581
Revenus nets encaissés par le Centre de foires (en ,000 \$)⁽¹⁾	484	507	583	667	609

(1) Sans taxes

Source : Expo-Cité, Québec

Tableau 16

Revenus provenant de la location d'espace de stockage et de l'accrochage au plafond, et de communications
 au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

Période 2004 à 2008
 (en \$ constants de 2001)

	2004	2005	2006	2007	2008
Espace de stockage maximum	10 000 pi. car.	10 000 pi. car.	10 000 pi. car.	10 000 pi. car.	10 000 pi. car.
Prix de location (au pi. car.)	5 cents	5 cents	5 cents	5 cents	5 cents
Nombre de jours d'activité (salons "Grand public" et foires spécialisées)	156	162	175	176	177
Revenus totaux de stockage x nombre jours d'activité, (en 000 \$)	78	81	88	88	88
Revenus de communications (prises téléphoniques, fax, modem câble, cartes de crédit, etc.) (en moyenne 100 \$ par stand d'exposition) en 000 \$ ¹⁾	242	255	303	360	320
Moins : frais alloués à un entrepreneur (en 000 \$)	206	217	258	306	272
Revenus nets (communication) (en 000 \$)	36	38	45	54	48

1) Environ 40 % des stands utilisent ce service

Tableau 17

Revenus nets⁽¹⁾ générés par la vente de services d'eau et de drainage facturés aux exposants
 lors de foires commerciales et horticoles à Laval

(Période 2004 - 2008)

(En \$ constants de 2001)

	2004	2005	2006	2007	2008
- Nombre de stands d'exposition (en unité)	6 045	6 364	7 588	8 992	8 006
- Clientèle utilisant ce service (en unité) (3 à 4 % des utilisateurs de stands)	181	191	228	270	240
- Coût de raccordement aux services d'eau et de drainage, par stand (250 \$ \$ par stand)	250	250	250	250	250
Revenus totaux (en ,000 \$)	45	48	57	67	60
Dépenses :					
- frais alloués aux entrepreneurs (en 000 \$)	27	29	34	40	36
Revenus nets encaissés par le Centre de foires (en ,000 \$)	18	19	23	27	24

(1) Sans taxes

Source : Expo-Cité, Québec

Tableau 18

Revenus nets¹⁾ générés par les vestiaires lors des foires commerciales et industrielles
 ayant lieu au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

(Période 2004-2008)

(En \$ constants de 2001)

	2004	2005	2006	2007	2008
- Nombre de visiteurs (en 000)	905	1146	1219	1278	1342
- Clientèle utilisant le vestiaire ¹ :					
(12 à 15 % des visiteurs) (en 000)	109	137	146	153	161
- Prix du vestiaire, par personne ² , (en \$)	1,74	1,74	1,74	1,74	1,74
Revenus totaux (en , 000 \$)	190	238	254	266	280
<u>Dépenses :</u>					
- Frais alloués à un opérateur (en 000 \$)	95	119	127	133	140
Revenus nets encaissés par le Centre de foires (en ,000 \$)⁽³⁾	95	119	127	133	140

1) et 2) : Source : Expo-Cité

3 Sans taxes

Tableau 19

Revenus¹⁾ et dépenses provenant de la perception des billets d'entrée
 au Centre de foires commerciales et horticoles de Laval
 Période 2004 à 2008 - (En \$ constants de 2001)

	2004	2005	2006	2007	2008
- Nombre de visiteurs (en 000) (Salon "Grand public")	755	1012	1052	1104	1159
- Coût moyen d'un billet d'entrée ⁽¹⁾ , en \$	7	7	7	7	7
- Nombre de jours d'activité ⁽²⁾ (ou salons "Grand public")	64	76	81	84	84
- Revenus totaux (en 000 \$)	5 285	7 084	7 364	7 728	8 113
- Redevances perçues par le Centre de foires (12 %) (en 000 \$)	634	850	884	927	974
Dépenses :					
. Coût de la main-d'œuvre préposée à la billetterie ou 7 personnes x 2 quarts de travail x 7 heures /jr x 12,75 \$ /hre x nombre de jours d'activité (foires "Grand public") (en 000 \$)	80	95	101	105	105
. Coût de la main-d'œuvre préposée aux tourniquets ou 7 personnes x 2 quarts de travail x 7 heures /jr x 10,00 \$/hre x nombre de jours d'activité (salons "Grand public") (en 000 \$)	63	74	79	82	82
. Salaires de deux chefs de la billetterie (en 000 \$)	85	85	85	85	85
Sous-total (main-d'oeuvre)	228	254	265	272	272
Plus : avantages sociaux (en 000 \$) ⁽³⁾	45	49	51	52	52
Total des dépenses (en 000 \$) ⁽⁴⁾	273	303	316	324	324
Bénéfices nets : redevances moins dépenses totales (en ,000 \$)	361	547	568	603	650

Source : Expo-Cité

1) Prix du billet sans taxes

2) Source : étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, Groupe Productivité Plus., octobre 2000

3) Plus 16 % d'avantages sociaux pour la main-d'oeuvre préposée à la billetterie et aux tourniquets et 26 % pour les chefs de billetterie

4) Sans taxes

Tableau 20

**Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
 Prévion de la demande d'espace brut d'exposition
 par les promoteurs de salons "Grand public" et de foires spécialisées**

Superficie en pi² (000)

(2000-2008)

<u>Année :</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>2008</u>
Superficies	6 898	7 690	8 492	8 953	8 868

Source : Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval - préparée par le Groupe Productivité Plus, 24 octobre 2000 ; révision des prévisions d'espace requis compte tenu de l'élimination de 10 événements ne pouvant avoir lieu faute d'espace durant les mois de pointe de mars et d'octobre, ainsi que de l'ajout d'un nouveau salon "Grand public" ayant réservé de l'espace au Centre d'expositions de Laval depuis janvier 2001.

Tableau 21

**Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
 Prévion de la demande de stands d'exposition**

(2000-2008)

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de stands ¹	6 045	6 364	7 588	8 992	8 006 ²

- 1) *Source :* Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval - préparée par le Groupe Productivité Plus, 24 octobre 2000 ; révision de la prévision du nombre de stands d'exposition compte tenu de l'élimination de 10 événements durant les mois de pointe de mars et d'octobre, faute d'espace, et ajout d'un nouveau salon "Grand public" depuis la remise de l'étude de marché.
- 2) *Il y a des foires commerciales qui ont lieu au deux ans.*

Tableau 22

**Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
 Prévion du nombre de visiteurs à des foires "Grand public" et spécialisées à Laval**

(visiteurs (en 000) 2000-2008)

Années	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>2008</u>
Nombre de visiteurs ¹	905	1 146	1 219	1 278	1 342

Source : Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval - préparée par le Groupe Productivité Plus, 24 octobre 2000 et révision des prévisions du nombre de visiteurs avec l'élimination de 10 événements ne pouvant obtenir de l'espace durant les mois de pointe de mars et d'octobre, et l'ajout d'un nouveau salon "Grand public" depuis janvier 2001.

Tableau 23

**Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
 Prévion du nombre de foires de type "Grand public" et spécialisées**

(Nombre d'événements 2000-2008), en unité

	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>2008</u>
Événements ¹	43	43	53	50	53

Source : *Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval - préparée par le Groupe Productivité Plus, 24 octobre 2000 et révision du nombre d'événements compte tenu de l'élimination de 10 événements ne pouvant avoir lieu faute d'espace d'exposition durant les mois de pointe de mars et d'octobre, ainsi que de l'ajout d'un nouveau salon "Grand public" depuis la remise de l'étude de marché.*