

Étude de rentabilité

Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

(250 000 pi. car. de surface brute d'exposition)

Étude de rentabilité

Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval

(Scénario 250 000 pi² surface brute d'exposition)

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

24 juillet 2003

Table des matières

	Page
Sommaire	viii
1 Le mandat	1
1.1 Contexte	1
1.2 Mandat	1
2 Introduction	2
2.1 Stagnation de l'industrie des foires dans la Région du Grand Montréal	2
2.2 L'industrie	3
2.3 Demande à Laval (2004-2008)	4
2.3.1 Centre de foires de 400 000 pi. car.	4
2.3.2 Centre de foires de 250 000 pi. car.	5
3. Comparaison entre un centre de foires et un centre de congrès	12
3.1 La clientèle.....	12
3.2 Nourriture	12
3.3 Facilités d'accès	13
3.4 Coût de construction	13
3.5 Hébergement	13
3.6 Services offerts	13
3.7 Architecture du bâtiment	14
3.8 Hauteur des plafonds	14
3.9 Fréquence de l'événement	14
3.10 Tarification	15
3.11 Stationnement	15
4. La structure organisationnelle	17
4.1 La structure corporative	17
4.1.1 Gestion par Ville de Laval	17
4.1.2 Gestion par une société immobilière privée	19
4.2 La main-d'œuvre	20
5 Stratégie de marketing	22
5.1 Introduction	22
5.2 Le rôle du Centre de foires dans la décision d'achat	23
5.3 Les visiteurs et la vente de produits	24
5.4 Les variables du marketing-mix	24
5.4.1 La politique de produits /services	25
Les foires	25
Les événements spéciaux	26
5.5 La politique de prix	27
5.5.1 Assistances accrues	27
5.5.2 Facilité d'accès.....	27
5.5.3 Comptoirs commerciaux.....	27
5.5.4 Espaces de stationnement	27

	Table des matières	Page
5.6	Politique de vente	28
5.6.1	Négocier des contrats fermes avec les fournisseurs. de services	29
5.6.2	Contrat type avec les promoteurs	29
5.6.3	Contrat liant l'administration du Centre d'expositions à Ville de Laval	29
5.6.4	Budget de vente	30
5.7	Politique de publicité /promotion.....	30
5.7.1	Publicité	30
5.7.2	Promotion	31
5.7.3	Commandites	31
6	Coûts des immobilisations du projet	33
	Terrain	34
	Routes et infrastructures	34
	Bâtiment	34
	Espaces auxiliaires	34
	Intérêts durant la construction	34
	Espaces auxiliaires	35
	Mobilier, équipement de bureau et autres équipements	36
7.	Le financement	38
7.1	Le financement des coûts d'immobilisations	38
7.2	Le financement du mobilier et équipements de bureau et autres.....	39
8	La rentabilité	40
8.1	Revenus globaux	41
8.2	Bénéfice net	41
8.3	Marge d'autofinancement (bénéfice net plus amortissement)	42
8.4	Le rendement	42
8.5	Seuil de rentabilité	42
8.6	Amortissement	42
8.7	Taxes municipales	42
8.8	Mises de fonds	44
9.	Les états financiers prévisionnels :(2005-2009)	
	• État des résultats prévisionnels (2005-2009)	45
	• Bilan prévisionnel (2005-2009)	48
	• Mouvement de trésorerie actualisé (2004--2014)	50
	• Seuil de rentabilité du projet	51
	• État de source et d'utilisation des fonds (2004-2009)	52
9.1	Notes aux états financiers prévisionnels	54
Annexes :	Tableaux complémentaires	66
	Condition de participation financière du Québec	81

Liste des tableaux

	Page
Tableau 1 Principaux centres de foires canadiens, en 2000	4
Tableau 2 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval : principales caractéristiques – Centre de foires de 250 00 pi. car	7
Tableau 3 Distinction entre un centre de foires et un centre de congrès	16
Tableau 4 La main-d'oeuvre - Nouveaux emplois directs projet 250 000 pi. car.) générés par le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (1ère année d'exploitation) en \$ constant de 2001	20
Tableau 5 Les coûts de main-d'oeuvre directe (projet 250 000 pi. car.) au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (1ère année d'exploitation)	21
Tableau 6 Facteurs déterminants dans la décision d'acquérir un produit en Amérique du Nord (1996)	23
Tableau 7 Les visiteurs à une foire industrielle et commerciale et la vente de produits	24
Tableau 8 Les coûts d'immobilisations du projet (en 000 \$ constants de 2002) (estimé) (Projet 250 000 pi. car.)	34
Tableau 8A Mobilier et équipement de bureau et autres équipements (projet 250 000 pi. car.)	36
Tableau 8B Estimé des espaces auxiliaires requis – Accueil et services (en pi. car.)	37
Tableau 9 Le financement des coûts d'immobilisations du Centre d'expositions de 250 000 pi. car. (espace brut d'exposition)	38
Tableau 9A Le financement du mobilier et des équipements de bureau et autres	39
Tableau 10 Revenus globaux générés par le nouveau Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (cinq premières années d'exploitation (en 000 \$)).....	67
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)	68
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)	69

Liste des tableaux

	Page
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)	70
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)	71
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)	72
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)	73
Tableau 17 Revenus nets générés par la vente de services d'eau et de drainage facturés aux exposants lors de foires commerciales et horticoles au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Période 2004 – 2008) (En \$ constants de 2001)	74
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)	75
Tableau 19 Revenus et dépenses provenant de la perception des billets d'entrée au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Période 2004 à 2008) - (En \$ constants de 2001).....	76
Tableau 20 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval - Prévision de la demande d'espace brut d'exposition. (Projet 250 000 pi. car.) Superficie en 000 pi ² - (2004-2008)	77
Tableau 21 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval :Prévision de la demande de stands d'exposition pour les salons "Grand public" et les foires spécialisées (Projet 250 000 pi. car. (en unités (2004-2008)	78
Tableau 22 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval :Prévision du nombre de visiteurs à des salons "Grand public" et à des foires spécialisées (en 000) (Projet 250 000 pi. car.) 2004-2008)	79

Liste des tableaux

	Page
Tableau 23 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval Prévision du nombre de salons "Grand public" et de foires spécialisées (Projet 250 000 pi. car.) (Nombre d'événements 2004-2008), en unité	80

Liste des figures

	Page
Figure 1 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Projet 250 000 pi. car.) Prévision de la demande d'espace brut d'exposition (2004-2008)	8
Figure 2 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Projet 250 000 pi. car.)Prévision du nombre de visiteurs à des salons "Grand public" et à des foires spécialisées (2004-2008)	9
Figure 3 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Projet 250 000 pi. car.) Prévision de la demande de stands d'exposition pour les Salons "Grand public" et les foires spécialisées (2004-2008)	10
Figure 4 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Projet 250 000 pi. car.) Prévision du nombre d'événements salons "Grand public" et foires spécialisées (2004-2008)	11
Figure 5 L'organigramme de la société du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Projet 250 000 pi. car.)	18
Figure 6 Gestion par une société immobilière, ou autre	19
Figure 7 Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (Projet 250 000 pi. car.) Revenus globaux générés par le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval (en 000 \$) (2004-2008)	43

SOMMAIRE

Le mandat

En juin 2003, le CRD-Laval confie au Groupe Productivité Plus le mandat de réaliser une étude de rentabilité d'un centre de foires de 250 000 pi. car. d'espace brut d'exposition à Laval. Il fut convenu de ne pas réactualiser l'étude de marché déposée au CRD-L en octobre 2000, ni l'étude d'impact économique déposée plus tard.

Rappelons brièvement que les prémisses qui prévalent pour la présente étude de rentabilité sont les mêmes que celles adoptées pour les exercices de 550 000 pi. car. et de 400 000 pi. car. de surface brute d'exposition, soient les suivantes :

- Les coûts d'immobilisation du projet seront financés, tout comme le National Trade Center de Toronto, i.e. : 1/3 par la ville de Laval, 1/3 par les paliers fédéral et provincial, respectivement;
- Exemptions de taxes municipales pendant les cinq premières années d'exploitation du Centre de foires;
- Aucun amortissement ne sera calculé sur le coût d'immobilisation du bâtiment;
- On ne fera aucun compromis en ce qui a trait aux facteurs de localisation et aux standards de l'industrie.

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. Toutefois, l'approche récente adoptée par 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).

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.**

La stratégie de marketing

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 des immobilisations et le financement du projet

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

Le financement du projet

Les coûts des immobilisations		Le financement	
	en 000 \$		en 000 \$
• Terrain (environ 1 500 000 pi. car.)	9 000	<u>Mise de fonds</u>	
• Routes : infrastructures	4 000	a) palier régional	15 861,6
• Bâtiment (250 000 pi. car) ^{c)}	28 600	b) gouvernement du Québec ^{a)}	15 861,7
• Espaces auxiliaires	2 485	c) gouvernement du Canada ^{b)}	<u>15 861,7</u>
• Frais de financement temporaire	<u>3 500</u>	Sous-total	47 585
Sous-total	47 585		
• Fonds de roulement	<u>2 000</u>	• Prêt à terme	<u>2 000</u>
GRAND TOTAL	<u>49 585</u>	GRAND TOTAL	<u>49 585</u>

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

c) plus 22 100 pi. car. d'espace auxiliaire au rez-de-chaussée.

On note au chapitre des infrastructures, des coûts proportionnellement élevés en relation avec un centre de foires de 250 000 pi. car. La demande dans la GRM étant établie présentement à plus d'un million de pi. car. de surface brute d'exposition, Laval voudra prévoir à court terme, l'expansion de son Centre de foires à un minimum de 400 000 pi. car. L'espace de terrain de 1,5 million de pi. car. permettrait un tel a grandissement.

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 (GRM) (y compris à Laval), répondant aux nouveaux standards d'une industrie en pleine expansion.

Au cours des deux dernières années, on a clairement établi la demande actuelle pour la GRM à plus de 1 million de pi. car. de surface brute d'exposition. Dans le cadre du projet d'un centre de foires à Laval, 75 % de tous les promoteurs de la GRM ont été rencontrés par notre société. Initialement, la demande avait été établie de façon conservatrice mais précise à 550 000 pi. car. de surface brute d'exposition. **Il serait trop long de décrire ici les diverses tractations qui ont conduit à un projet de 400 000 pi. car. et finalement à un projet (régional-horticole) d'à peine 250 000 pi car. décrit dans le tableau ci-dessous.**

Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval ^(a) (Projet de 250 000 pi. car.) Principales caractéristiques			
	2004	2006	2008
Nombre d'événements	38	39	39
Nombre de pi ² d'exposition requis / an (000)	4 249	4 769	4 837
Nombre de stands d'exposition	4 883	5 424	5 608
Nombre de visiteurs (000)	523	680	722
Nombre maximum de jours d'exposition/an	219	219	219
Période 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 (en 000 pi ²)	250	250	250
Nombre de pi ² offerts (espaces auxiliaires) Autres espaces (000) (*)	41,1	41,1	41,1
Nombre de stationnements (000)	1,5	1,5	1,5

(*) Sur plus d'un étage

a) Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, Groupe Productivité Plus, octobre 2000 et révision des données pour tenir compte de la surface d'exposition limitée à 250 000 pi² (espace brut) et de l'élimination de plusieurs événements.

La main-d'oeuvre

La mise en exploitation du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval créerait 27,6 emplois directs dès l'ouverture en 2004, dont 3 postes administratifs et 24,6 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 7,7 millions \$ en 2005 pour s'élever à 9,9 millions \$ en 2009.

- **Bénéfice net**

Le projet dégagerait un bénéfice net avant impôt de 2,8 millions \$ en 2004-2005 (année d'ouverture) et de 5,8 millions \$ en 2008-2009.

- **Marge d'autofinancement (bénéfice net plus amortissement)**

La marge d'autofinancement serait de 3,4 millions \$ en 2005 et de 6,1 millions \$ en 2009.

- **Le rendement**

Le rendement du projet sur l'investissement (RSI) s'établirait à 10,6 % alors que le rendement sur l'avoir des actionnaires s'établirait à 9,4 %, sur une période de 10 ans

- **Seuil de rentabilité**

Le seuil de rentabilité (ou point mort) serait atteint à partir de 3,7 millions \$ 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 15 861,600 \$. Cette mise de fonds pourrait prendre la forme d'un versement comptant ou encore d'un don de terrain ou autre. Les deux autres paliers de gouvernement (Canada et Québec) verseraient chacun 15 861 700 \$.

1. LE MANDAT

1.1 Contexte

Au cours des années 2001-2002, il a clairement été établi que la demande reliée au projet de centre de foires à Laval exigeait une superficie de 550 000 pi. car. dont 500 000 pi. car de surface brute d'exposition. C'est avec une certaine déception que la ville de Laval et le C.R.D.-L. acceptaient en 2002 de réduire à 400 000 pi. car. le projet ci-haut mentionné.

En mai 2003, le ministère des Affaires municipales et la Métropole réduit à nouveau cette fois à 250 000 pi. car. la superficie du centre projeté et établit sommairement les conditions de la participation financière du gouvernement du Québec¹

1.2 Mandat

Le C.R.D.-L. en juin 2003, confie au Groupe Productivité Plus le mandat de réaliser une étude de rentabilité reliée à la nouvelle proposition soit : 250 000 pi. car. de surface brute d'exposition. Les détails apparaissent en annexe tels que soumis au C.R.D.-L. dans l'offre de service du Groupe Productivité plus, en date du 30 avril 2003. Il fut aussi convenu de ne pas réactualiser l'étude de marché (400 000 pi. car.), pas plus que l'étude d'impact économique.

Le présent rapport porte donc uniquement sur l'étude de rentabilité d'un centre de foires, à Laval, d'une superficie brute d'exposition de 250 000 pi. car.

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.

¹

Voir document en annexe

2. INTRODUCTION

Le présent rapport porte sur l'étude de rentabilité d'un Centre d'expositions commerciales et horticoles de 250 000 pi. car. de surface brute d'exposition à Laval, tel que suggéré par le ministère des Affaires municipales et de la Métropole. Il fait suite à l'étude de marché ², déposée au C.R.D.L. en octobre 2000 évaluant la demande pour un centre de foires à Laval.

L'étude de marché a mis en relief le retard accumulé par la Grande région de Montréal et Ville de Laval dans l'implantation d'un centre d'expositions moderne surtout si on les compare aux 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 :

2.1 Stagnation de l'industrie des foires dans la Région du Grand Montréal

Les infrastructures actuelles de la région du Grand Montréal, 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 cinq dernières années.

2.2 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 à un rythme accéléré au cours de la prochaine décennie (1999 à 2008), notamment en ce qui a trait au nombre de pi. car. de surface brute d'exposition ajoutés (environ 70 % d'augmentation anticipée).⁴

4

Source : Center for Exhibition Industry Research (CEIR), février 2000.

Tableau 1

PRINCIPAUX CENTRES DE FOIRES CANADIENS, EN 2000	
Centre de foires	Superficie brute pi ²
Toronto (aéroport et N.T.C.)	1 500 000 pi ²
Calgary ^{b)}	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

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

(b) Projet d'agrandissement imminent.

Source : Groupe Productivité Plus.

2.3 Demande à Laval (2004-2008)

2.3.1 Centre de foires de 400 000 pi. car.

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 400 000 à 500 000 pi. car. d'espace brut d'exposition à Laval, dès 2004, plus 56 000 pi. car. d'espaces auxiliaires⁵ (stockage, restaurants, billetterie, toilettes, etc.), répartis sur deux étages, dont 28 000 pi. car. au rez-de-chaussé et 28 000 pi. car. au 1er étage.

De plus, 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 horticole) où se retrouveront

⁵ Soit 428 000 pi. car. d'espace au sol.

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.).

La demande d'espace brut d'exposition au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, telle qu'exprimée par les promoteurs, passerait de 5 620 000 pi. car. en 2004 à 6 934 000 pi. car. en 2006 et à 7 260 000 pi. car. en 2008.

Par ailleurs, le nombre de visiteurs fluctuerait de 686 000 en 2004 à 976 000 en 2006 et enfin à 995 000 en 2008.

Les prévisions de la demande de stands d'exposition pour les salons "Grand public et les foires spécialisées s'établissent comme suit : 5 600 stands en 2004, 6 800 en 2006 et 7080 en 2008.

Enfin, 42 événements (salons "Grand public" et foires spécialisées) auraient lieu en 2004, 47 en 2006 et 48 en 2008.

2.3.2 Centre de foires de 250 000 pi. car.

Malgré ce qui précède, en mai 2003, le ministre des Affaires municipales et de la Métropole donnait son accord pour un projet de centre de foires réduit, à Laval, d'une superficie de 250 000 pi. car.. La présente expertise ne réduit en rien la demande réelle pour le centre projeté à Laval. Elle constitue plutôt un exercice obligé, à un moment précis de la promotion du projet.

Comme en fait foi le tableau 2, nous avons dû revoir tous les paramètres importants du projet pour tenir compte de cette nouvelle surface de 250 000 pi. car.

Un centre de foires de 250 000 pi. car. d'espace brut d'exposition limiterait les promoteurs à utiliser seulement 4 249 000 pi. car. en 2004, 4 769 000 pi. car. en 2006 et 4 837 000 p i. car. en 2008. (voir figure 1).

Le nombre de visiteurs oscillerait entre 523 000 en 2004 et 722 000 en 2008 (voir figure 2).

La demande de stands d'exposition s'élèverait à 4 883 en 2004, à 5 424 en 2006 et à 5 608 en 2008 (voir figure 3).

Par ailleurs, le nombre d'événements passerait de 38 en 2004 à 39 en 2008 (voir figure 4).

De plus, nous avons incorporé dans le scénario de 250 000 pi. car. les paramètres reliés aux revenus additionnels qui sont :

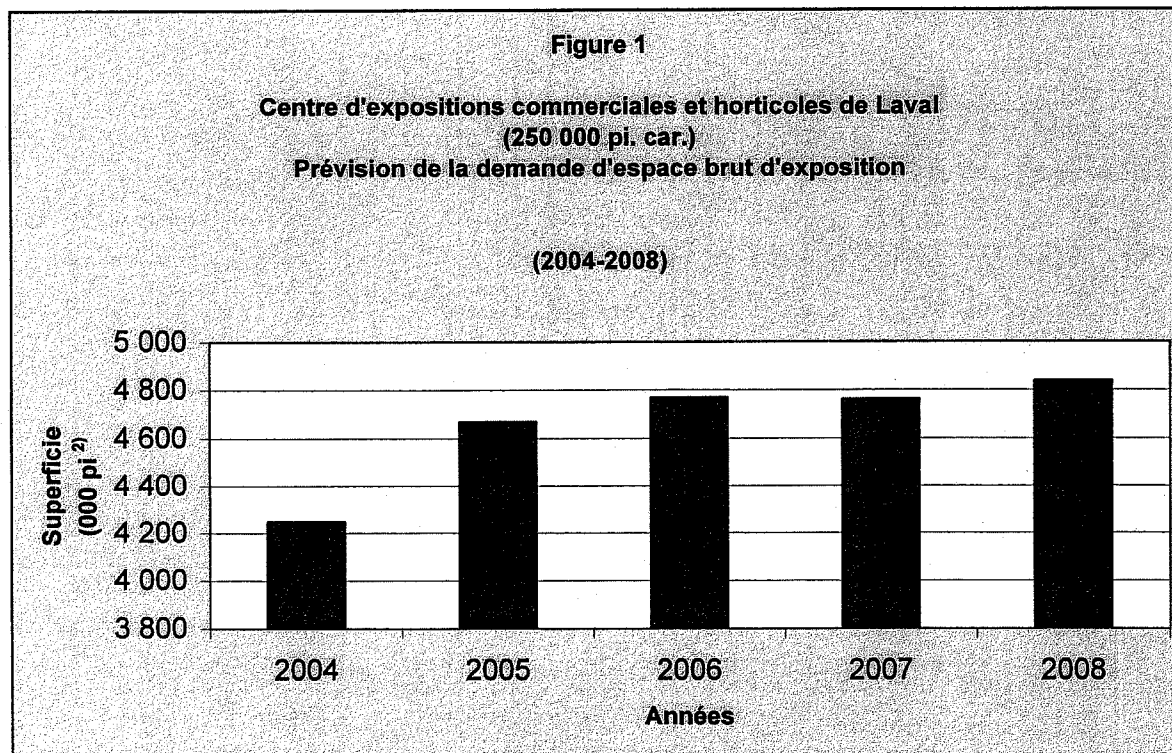
- Les coûts de location au pi. car. / jour, les jours de montage et démontage
- Les revenus additionnels liés aux commandites
- L'augmentation des frais de perception (+ 5 %) sur les billets d'entrée lors d'événements dits "Grand public"
- L'augmentation importante des revenus de vente de publicité (commandites) dans le centre et sur le site.

Tableau 2

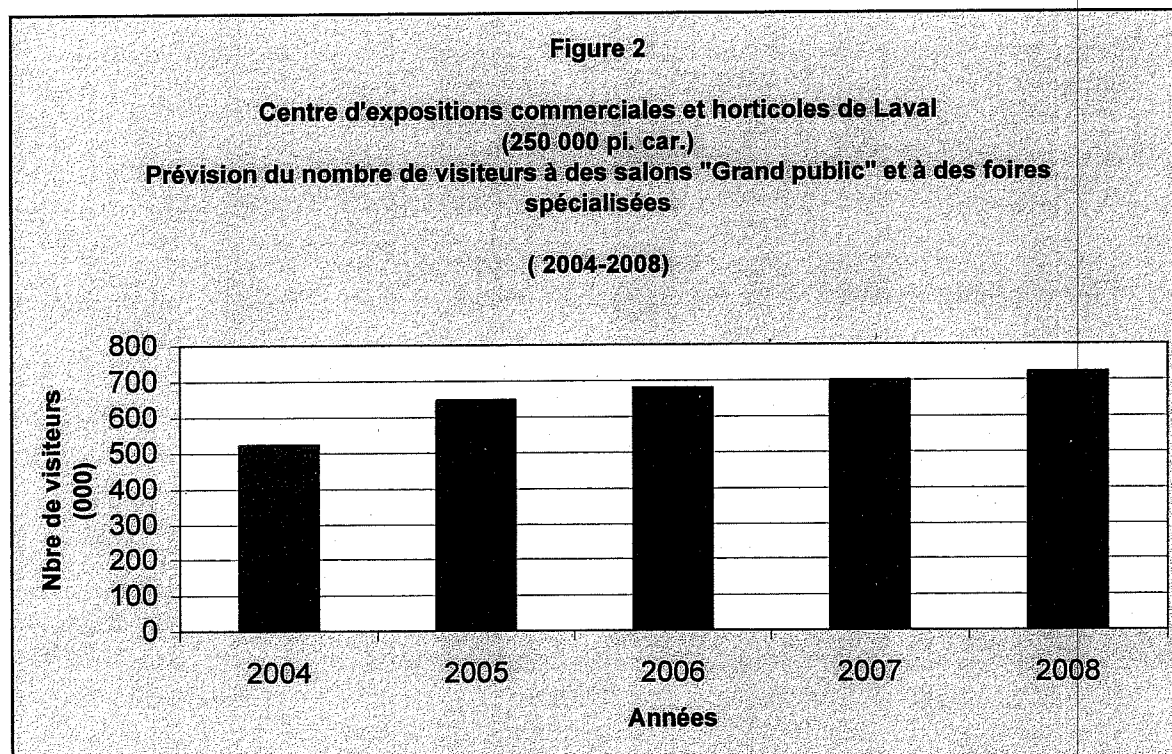
Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval ^(a) Principales caractéristiques – Centre de foires de 250 000 pi. car.			
	2004	2006	2008
Nombre d'événements	38	39	39
Nombre de pi ² d'exposition requis / an (000)	4 249	4 769	4 837
Nombre de stands d'exposition	4 883	5 424	5 608
Nombre de visiteurs (000)	523	680	722
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 (en 000 pi ²)	250	250	250
Nombre de pi ² offerts (espaces auxiliaires) Autres espaces (000) (*)	41,1	41,1	41,1
Nombre de stationnements (000)	1,5	1,5	1,5

(*) Sur plus d'un étage

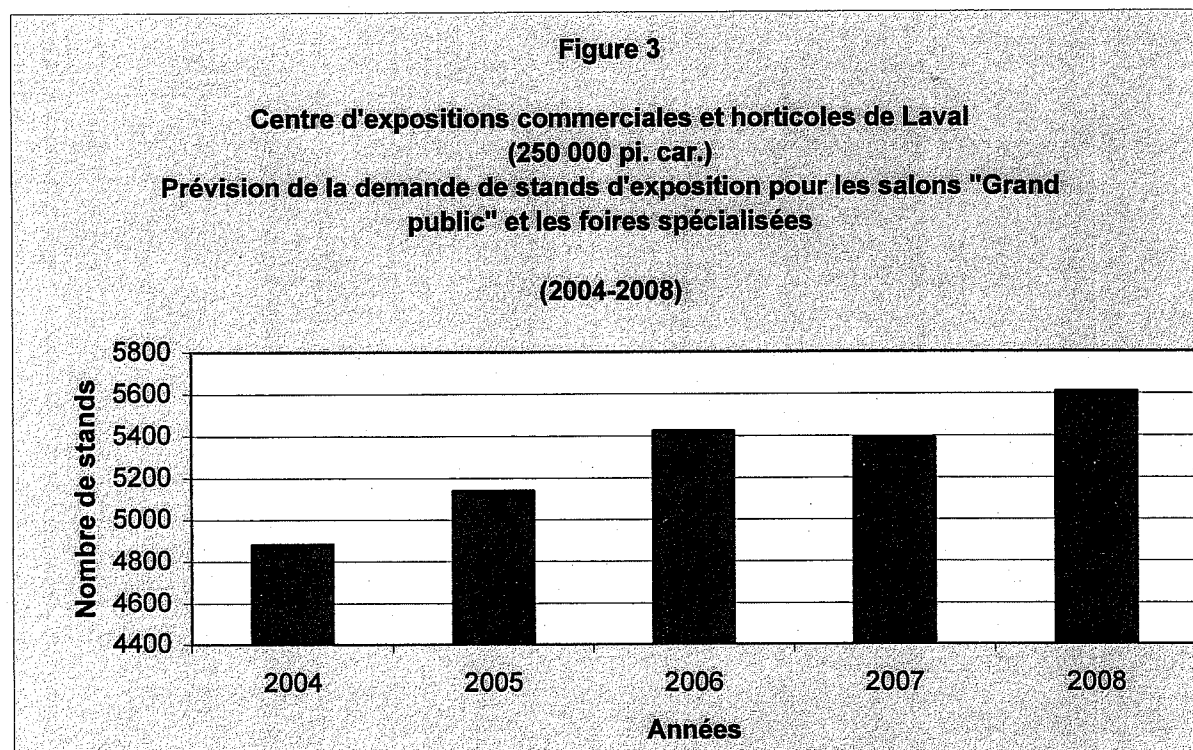
a) Étude de marché - Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, Groupe Productivité Plus, octobre 2000 et révision des données pour tenir compte de la surface d'exposition limitée à 250 000 pi² (espace brut) et de l'élimination de plusieurs événements.



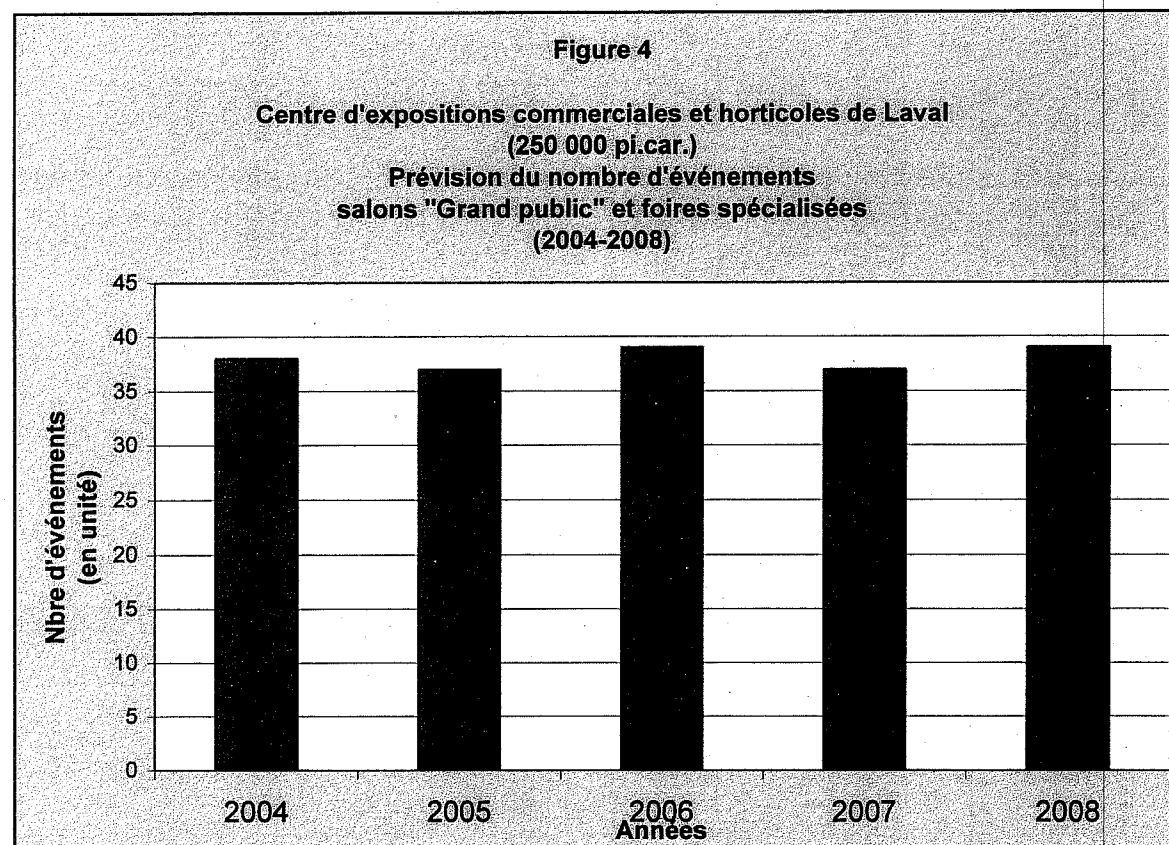
Source : Le Groupe Productivité Plus



Source : Le Groupe Productivité Plus



Source : Le Groupe Productivité Plus



Source : Le Groupe Productivité Plus

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) et sont tirées de l'étude de marché⁶.

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.

3.2 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.

⁶ Groupe Productivité Plus, o. cit.

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

3.3 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.

3.4 Coût de construction

Le coût de construction d'un **centre de foires** varie de 75 à 105 \$ 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.

3.5 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.

3.6 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**.

3.7 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.

3.8 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.

3.9 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.

3.10 Tarification

La tarification dans un **centre de foires** s'établit comme suit⁷ :

- environ 0,16 \$ le pi. car. lors des journées d'activité
- environ 0,16 \$ 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.

3.11 Stationnement

Par tradition, les **centres de foires** disposent de vastes terrains de stationnement. (environ 1 500 à 2 000 places). Le coût du stationnement varie de 6 à 7 \$ / voiture / jour.

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.

⁷ Moyenne nationale (2003). Source : NTC (Toronto).

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> 10 à 12 portes pour camions	ou 2 portes pour camions
<u>Coûts de construction :</u> 75 à 105 \$ /pi. car.	150 à 225 \$ / pi. car.
<u>Rentabilité</u> ^{a)} Les frais d'exploitation sont généralement autofinancés dès la 2 ^{ème} année, à l'exception des taxes municipales. Le centre est généralement en mesure de payer ses taxes dès la 6 ^{ème} 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, 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 des événements:</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 0,16 \$ 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> 1 500 à 2000 places à l'extérieur 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 ORGANISATIONNELLE

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.

4.1.1 Gestion par Ville de Laval

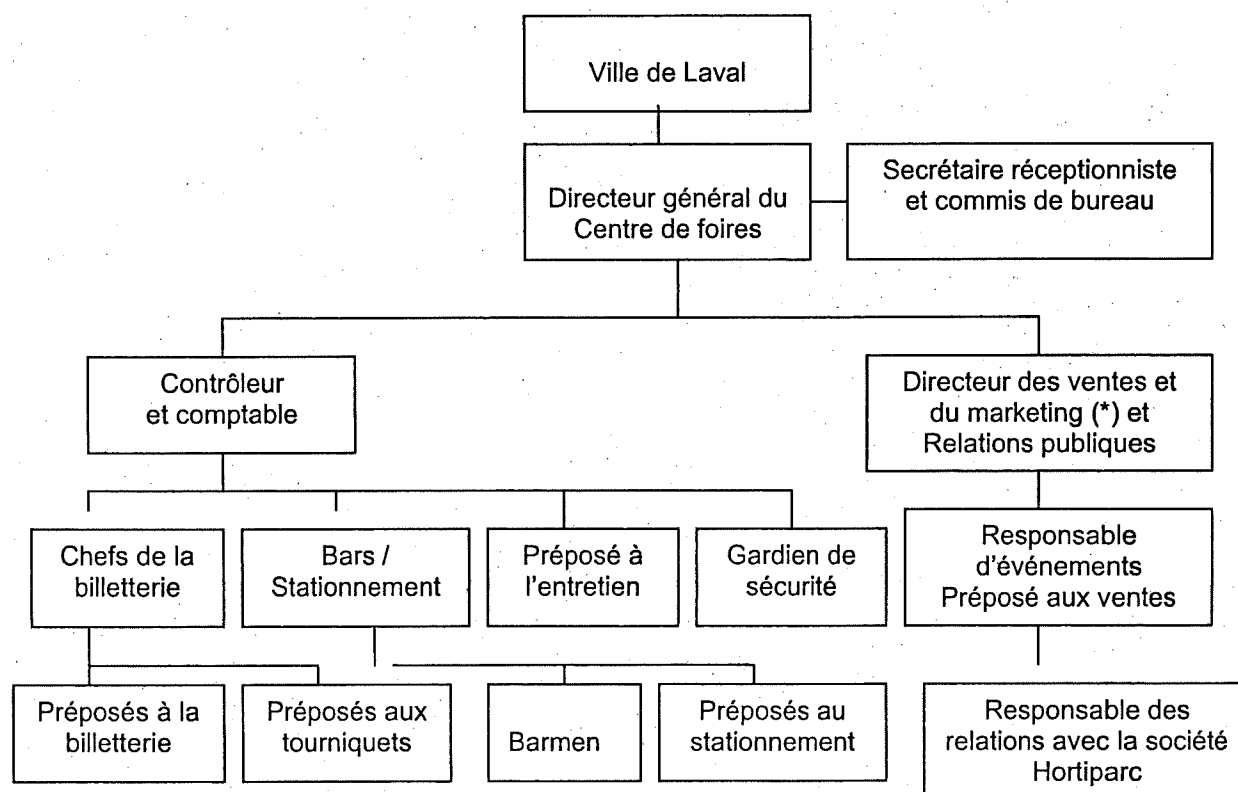
Si les autorités de Ville de Laval optaient pour la mise en place d'une société pour la promotion et l'exploitation du Centre d'expositions commerciales et horticoles, elles devraient prévoir l'embauche d'un directeur général par intérim dès l'annonce

officielle du projet. Sa responsabilité serait la suivante : "... Planifier, organiser, diriger et contrôler l'ensemble des opérations du centre d'expositions".

La figure 5 (organigramme) et le tableau 4 (coûts de main-d'oeuvre) complètent cet aspect. Par ailleurs, les scénarios retenus (gestion par ville de Laval (fig. 5) ou gestion confiée à une société immobilière privée (fig. 6)), 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 5

L'organigramme de la société du Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
(Centre de foires de 250 000 pi. car.)

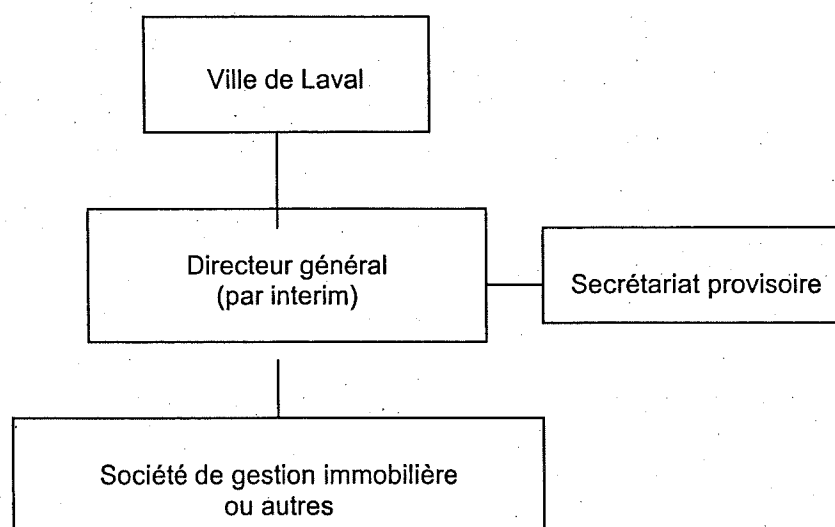


(*) Poste assumé par le directeur général

4.1.2 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 6
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.

4.2 La main-d'oeuvre

La mise en exploitation du futur Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval créerait 28 emplois directs dès l'ouverture en 2004, dont 3 postes administratifs et 25 postes affectés à l'exploitation du Centre. (Voir tableau 5).

Tableau 4 : La main-d'oeuvre

**Nouveaux emplois directs (projet 250 000 pi. car.)
 générés par le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
 (1ère année d'exploitation) en \$ constant de 2001**

Postes	Salaire annuel (en \$)	Nombre
A) Administratifs ^{a)}		
. Directeur général	95 000 \$	1
. Directeur des ventes et marketing (*)		
. Contrôleur/comptable	60000	1
. Secrétaire/ réceptionniste	28500	1
Total (service administratif)		3
B) Opérations		
. Honoraires de gestion (mandat confié à l'extérieur)	45000	3,8
. Contremaître ^{a)}	48000	1
. Préposé à l'entretien ^{a)}	29000	1
. Chefs de la billetterie ^{a)}	42500	1
. Préposés à la billetterie du Centre de foires ^{b)}	23205	1,6
. Préposés aux tourniquets ^{b)}	18200	0,9
. Préposés à la perception de billets de stationnement ^{b)}	23205	2
. Préposés à la circulation sur le terrain de stationnement ^{b)}	18200	1,7
. Gardien de sécurité ^{b)}	34000	1
. Barman ^{c)}	15470	1,8
. Employés à la restauration (fast food) et aux banquets ^{b)}	20000	8,8
Total (service de l'exploitation)		24,6
Grand total (services administratif et de l'exploitation)		27,6
a) Plus avantages sociaux évalués à 26 %		
b) Personnel temporaire payé sur une base horaire au taux de 10 \$/l'heure, plus 16 % d'avantages sociaux		
c) Plus bourboires		
(*) Poste assumé par le directeur général		

Tableau 5

Les coûts de main-d'oeuvre directe (projet 250 000 pi. car.)
 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	95 000	95 000	24 700	119 700
• Contrôleur/comptable	1	60 000	60 000	15 600	75 600
• Secrétaire/ réceptionniste /commis comptable	1	28 500	28 500	7 410	35 910
Sous-total (service administratif)	3	183 500	183 500	47 710	231 210
B) Service de l'exploitation					
• Honoraires de gestion (poste confié à l'externe)	3,8	45 000	173 000	44 980	217 980
• Contremaître ^{a)}	1	48 000	48 000	12 500	60 500
• Préposé à l'entretien ^{a)}	1	29 000	29 000	7 540	36 540
• Chefs de la billetterie ^{a)}	1	42 500	42 500	11 050	53 550
• Préposés à la billetterie du Centre de foires ^{b)}	1,6	23 205	38 000	6 080	44 080
• Préposés aux tourniquets ^{b)}	0,9	18 200	21 000	3 360	24 360
• Préposés à la perception de billets de stationnement ^{b)}	2,0	23 205	47 000	7 520	54 520
• Préposés à la circulation sur le terrain de stationnement ^{b)}	1,7	18 200	31 000	4 960	35 960
• Gardien de sécurité ^{b)}	1	34 000	34 000	5 400	39 400
• Barman ^{b)}	1,8	15 500	28 400	4 541	32 941
• Employés à la restauration (fast food) et aux banquets ^{b)}	8,8	20 000	177 000	28 320	205 320
Sous-total Service de l'exploitation)	24,6		668 900	136 251	805 151
Grand total (Services administratif et de l'exploitation)	27,6		852 400	183 961	1 036 361
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.					
(*) Poste assumé par le directeur général					

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 ⁸

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

⁸ Maintenant nommée "ExpoCité".

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 lorsqu'un acheteur désire acquérir un produit, la foire commerciale constitue le facteur déterminant par excellence avant même la visite d'un représentant ou la publicité dans des revues spécialisées (voir tableau 6).

Tableau 6

Facteurs déterminants dans la décision d'acquérir un produit en Amérique du Nord (1996)	
Foires industrielles et commerciales	92 %
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 %
Départements des achats	40 %
Consultants externes	39 %
Groupe de vente au détail	23 %
Publicité journaux	22 %
Autres	2 %
Source : CEIR, <i>Power of exhibitions 1</i> , 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 de représentants chez un client potentiel. On a aussi noté qu'il était beaucoup moins onéreux d'identifier un client potentiel ("prospect") **via une foire commerciale (162 \$ versus 277 \$)** que par une visite sur le territoire. Dans 50 % des cas, on clôt la vente avec un "prospect" identifié à une foire commerciale, **sans une visite chez le client..** Cette brève comparaison illustre bien 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, <i>Power of exhibitions</i> 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

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.)

a) Les foires

Ces produits ont été abondamment définis dans l'étude de marché déposée en octobre 2000. Cependant, depuis, **certaines changements sont intervenus dans la tarification. Notons plus spécifiquement :**

La tarification du loyer au pi. car., par jour, reliée au jours de montage et démontage.

Une tendance lourde en Amérique du Nord nous indique que cette tarification sera la même que pour les jours d'exposition proprement dit. Dans ce sens, on notera, dans la présente expertise, des variations majeures des revenus de location au tableau 10. Ces variations ont pour effet d'augmenter de façon significative les revenus de location et ceci dès la première année d'exploitation.

Cette situation s'explique du fait qu'au cours des années 70 et 80, à Québec, Calgary, Toronto, Vancouver, etc. la majorité des foires industrielles et commerciales se tenaient dans des édifices ou complexes un peu vétustes, conçus pour d'autres usages, ne rencontrant que très peu les standards d'une nouvelle industrie et pour la plupart complètement dépréciés. Au fur et à mesure de la construction des nouveaux complexes, les taux de location ont été ajustés.

Les produits publicitaires

On note le même phénomène au chapitre des produits publicitaires. L'expérience de Vancouver (Abbotsford) a vite fait comprendre le potentiel de visibilité de ces nouveaux centres, fréquentés souvent par plus d'un million de personnes annuellement. Rapidement, on verra le nom même du centre devenir objet de convoitise et une augmentation substantielle des revenus reliés à l'affichage et aux exclusivités à l'intérieur du centre. Ex. : Coke, Pepsi, etc.

Nous avons reflété cette nouvelle tendance dans la présente expertise. (Voir page 32 du présent rapport).

b) 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 des régions" ou un événement politique, syndical ou médiatique, etc., ou répondre à un besoin spécifique à la région, tel des rencontres pour les employés de la Packard 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 et extérieurs pouvant répondre à ces demandes particulières.

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 de foires 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.
- 5.5.4 La présence de **vastes espaces de stationnement** à prix abordable (1500 à 2000 cases de stationnement sur le site).

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

	Prix ⁹
a) location au pi. car	
• Montage-démontage	0,16 cents / pi. car. / jour
• Jours d'exposition	0,16 cents / pi. car. / jour
b) stationnement	6,09 \$
c) admissions	7,39 \$
d) restauration	1,15 \$ per capita
e) bars	1,15 \$ / per capita
f) services	65 \$ / kiosque
g) vestiaire	1,74 \$ / personne
9) 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.**

⁹ Prix sans taxes

Rappelons que dans l'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
- 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 d'expositions commerciales et horticoles à Ville de Laval,

Lorsque les deux premières étape seront complétés, 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.

5.6.4 Budget de vente

Avant même l'ouverture du Centre d'expositions (18 à 24 mois) et dans le cadre d'un centre de foires de 250 000 pi. car., 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 :	100 000 \$
12 mois avant l'ouverture :	<u>100 000 \$</u>
Total (2 ans avant l'ouverture)	200 000 \$

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. Cependant, comme la dimension du centre (250 000 p¹²) ne permettra pas la venue de foires et salons de plus grande envergure (plus de 250 000 pi. car.) qui se tiennent surtout en février, mars et octobre, les administrateurs cibleront alors principalement une clientèle dont les activités se concentrent au cours des mois de mai, juin, juillet, août et décembre.

L'effort publicitaire sera concentré au national en ciblant 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.

Le budget publicité (horizon 5 ans) devrait se distribuer comme suit :

- 24 mois avant l'ouverture : 30 000 \$
- 12 mois avant l'ouverture 30 000 \$
- 1ère année d'exploitation 30 000 \$
- 2ième année d'exploitation 30 000 \$

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 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 de promotion au niveau national | 50 000 \$ |
| • promotion, conférences, multimédia
voyages, affiches, etc. etc. | 25 000 |
| • site Web | <u>15 000</u> |
| Total | <u>90 000 \$</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 près de 3/4 de million de visiteurs annuellement) est

considérable. Au cours des deux années précédant l'ouverture du Centre, le budget devrait être le suivant¹⁰ :

- 24 mois avant l'ouverture 70 000 \$
- 12 mois avant l'ouverture 70 000
- 1ère année d'opération 0
- À partir de la 1ère année d'exploitation¹¹

Ces dépenses encourues dans le but de générer des revenus provenant des commandites et des produits publicitaires généreraient les recettes suivantes :

Révenus estimés provenant de commandites et de la vente de produits publicitaires Centre de foires de 250 000 pi. car.					
(en 000 \$)					
	2005	2006	2007	2008	2009
Commandites (*)	400	500	550	600	600
Produits publicitaires (**)	125	150	200	250	300
Total	525	650	750	850	900

(*) *commandites : issues d'une visibilité unique et / ou reliées à la vente exclusive de produits*

(**) *Produits publicitaires : liés à la vente d'espaces publicitaire d'un centre fréquenté par près de ¼ de million de visiteurs / an.*

¹⁰ Il s'agit essentiellement d'un salaire de base et de commissions versés à un contractuel spécialisé dans le domaine des "commandites"

¹¹ Cette tâche serait confiée au DG du Centre d'expositions

6. LES COÛTS D'IMMOBILISATIONS DU PROJET

Voici quelques données techniques¹² et reliées au projet de construction d'un **Centre de foires, d'une superficie de 250 000 pi. car. brut d'espace d'exposition** et desservant Ville de Laval :

	(000 \$)
• Terrain (1 500 000 pi. car.)	9 000
• Routes et infrastructures	4 000
• Bâtiment (250 000 pi. car.) ^{a)}	28 600
• Espaces auxiliaires	2 485
• Frais de financement temporaire ^{b)}	3 500
Grand total^{c)}	<u>47 585 \$</u>

a) Plus 22 100 pi. car. d'espace auxiliaire au rez-de-chaussé.

b) Durant la construction, (source André Bourgeois, c.a., directeur des Finances, Ville de Laval, 7 juin 2001).

c) Taxes incluses.

¹² Telles que communiquées à Productivité Plus par Ville de Laval (Claude Asselin, directeur général, Ville de Laval, mai 2001).

Tableau 8

Les coûts d'immobilisations du projet ^{a)} (en 000 \$ constants de 2002) (estimé) ^(b) (Projet de 250 000 pi. car.)			
	En 000 \$		
A) Terrain (environ 1 500 000 pi. car.) ¹⁾ à 6 \$ / pi²	9 000		
• Étude de sol	0		
• Travaux de conditionnement des sols	0		
Sous-total (terrain)		9 000	
B) Routes : infrastructures			
• Route d'accès au site et stationnement			
• Infrastructures			
• Aménagement paysager			
Sous-total (routes et infrastructures)		4 000	
C) Bâtiment ²⁾ (250 000 pi.²) honoraires et taxes)			
Sous-total (bâtiment)		28 600	
Sous-total (terrain, routes et infrastructures et bâtiment)			41 600
D) Espaces auxiliaires		2 485	
E) Intérêts durant la construction (excluant les équipements)		3 500	
Grand total (A + B + C + D + E)			47 585
<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>			
1) Source : Groupe Productivité Plus et Ville de Laval (Claude Asselin, directeur général)			
2) 250 000 pi. car. d'espace brut d'exposition, plus environ 22 100 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. Il s'établit à 105 \$ / pi. car.			
Source : Groupe Productivité Plus, Ville de Laval et Municonsult.			

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

d) Espaces auxiliaires ³⁾			
• Aménagement du hall d'entrée et locaux d'accueil, etc 8000 pi. ² @ 80 \$/pi. ² et de la zone permanente horticole	640		
• 8 salles de réunion (500 pi. ²) pour un total de 4 000 pi. ² @ 40 \$/pi. ²	160		
• 2 bureaux des promoteurs, 1 salle des exposants, administration, informatique, accueil, secrétariat, photocopie, etc. totalisant 5 000 pi. ² @ 40 \$ / pi. ²)	200		
• Aménagement d'espace pour l'entretien ménager, remisage des tables, chaises, espace de stockage pour les promoteurs, 4 000 pi. ² (inclus dans le coût de construction du bâtiment)	0		
• Restaurants, casses-croûte : 2000 pi. ² @ 85 \$ / pi. ²	170		
• Restaurant, cuisine, salle à manger au 2e étage : 5000 pi. ² @ 85 \$ / pi. ²	425		
• Billetterie, bureaux, caisses, etc. : 2000 pi. ² @ 45 \$ / pi. ²	90		
• Vestiaire : 2000 pi. ² @ 40 \$ / pi. ²	80		
• ascenseurs, escaliers, livraison, etc. : 2000 pi. ² @ 100 \$ / pi. ²	200		
• Toilettes : 6000 pi. ² (sur 2 étages) @ 70 \$ / pi. ²	420		
• Zone horticole : 2000 pi. ² @ 50 \$ / pi. ²	100		
Total		2 485	
3) Estimé par le Groupe Productivité Plus pour un centre de foires de 250 000 pi. car. d'espace brut d'exposition			

Tableau 8 – A
(Projet de 250 000 pi. car.)

Mobilier et équipement de bureau et autres équipements			
	En 000 \$		
A) Équipement de bureau			
• Mobilier et équipement de bureau pour le Centre d'expositions	75		
• Équipement téléphonique, télécopieurs, ordinateurs, photocopieurs, imprimantes, vidéos, moniteurs, 6 rétroprojecteurs et 6 canons de projection, etc. ³⁾	200		
Sous-total (équipement de bureau)		275	
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.	500		
• 2 compacteurs à déchet	125		
• Nacelle/plate-forme, 1 chariots élévateurs électriques (capacité de 4000 lbs) ⁴⁾	90		
• Système de son, système télécom, sécurité	200		
• 6 kiosques de perception magnétisés	90		
• Équipement de restauration, cuisinières, fours, réchauds, réfrigérateurs, chambre froide, caisses enregistreuses, etc.	800		
• Entrepôt frigorifique pour les fleurs (1000 pi. car.)	75		
• Véhicule à benne frontale	100		
• 2 camionnettes	95		
• 150 tables et 500 chaises pour réunions	80		
• Vaisselle, ustensiles, verrerie pour 1000 couverts, etc.	60		
• Taxes	255		
Sous-total (autres équipements)		2 470	
Grand total⁵⁾		2 745	
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

Estimé des espaces auxiliaires requis – Accueil et services (en pi. car.)			
	Rez-de-chaussée	1 ^{er} étage	Total
• Rest. – Casse-croûte ^{a)}	2 000		
• Rest. Réception cuisine		5 000	
• Billeterie – caisses	2 000		
• Hall d'entrée	7 500		
• Salles réunion (8 @ 500 p.c.)		4 000	
• Vestiaires	2 000		
• Bureau promoteur	1 500		
• Administration		3 000	
• Bureaux pour Hortiparc		2 000	
• Escaliers, livraison	1 500		
• Toiletttes	3 000	2 000	
• Aire de circulation	2 600	3 000	
Total	22 100	19 000	41 100
• Stockage et zone tampon	5 500 ^{b)}		
• Salle de distribution électrique et autres services			
<i>a) Un espace additionnel d'environ 3000 pi. car. est incorporé dans le hall d'entrée</i>			
<i>b) Partie d'espace d'exposition</i>			

7. LE FINANCEMENT

7.1 Le financement des coûts d'immobilisations

Les coûts d'immobilisations du Centre d'expositions commerciales et horticoles de 250 000 pi. car. à Laval seraient financés de la façon suivante :

Tableau 9

Le financement des coûts d'immobilisations du Centre d'expositions de 250 000 pi. car.
 (espace brut d'exposition)

Les coûts d'immobilisations		Le financement	
	En 000 \$		En 000 \$
		Mise de fonds :	
• Terrain (environ 1 500 000 pi. car.)	9 000		
• Routes : infrastructures	4 000	a) palier régional	15 861,6
• Bâtiment (250 000 pi. car.)	28 600	b) gouvernement du Québec ^{a)}	15 861,7
• Espaces auxiliaires	2 485	c) gouvernement du Canada ^{b)}	15 861,7
• Frais de financement durant la construction ^{c)}	3 500		
		Sous-total	47 585
	Sous-total		
	47 585		
• Fonds de roulement	2 000	• Prêt à terme	2 000
GRAND TOTAL	49 585	GRAND TOTAL	49 585
a) et b) : Financé en vertu du programme fédéral / provincial sur les infrastructures			
c) A. Bourgeois, c.a., directeur des finances et trésorier, Ville de Laval, 7 juin 2001			

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'immobilisations		Le financement	
	<u>En 000 \$</u>		<u>En 000 \$</u>
• Mobilier et équipement de bureau	275	Emprunt à long terme	2 745
• Autres équipement ¹⁾	2 470		
TOTAL	2 745	TOTAL	<u>2 745</u>

1) Voir tableau 8 – A

Il est important de souligner que le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval, même s'il dispose de 250 000 pi. car. d'espace brut d'exposition, ne pourra pas accueillir, faute d'espace suffisant, plusieurs événements (salons "Grand public" et foires commerciales) durant les périodes de pointe de février, mars et d'octobre.

De plus, pour un minimum de cinq ans après son ouverture, le centre de Laval (250 000 pi. car.) n'aura à toute fin pratique, aucune influence sur la situation critique qui prévaudra au cours de cette période dans la GRM¹⁴, pas plus qu'il ne saura prévenir l'exode vers Toronto de foires commerciales parmi les plus importantes à Montréal en 2002.

Même réduit à une surface brute d'exposition de 250 000 pi. car., le futur centre de foires de Laval connaîtra une rentabilité sure. Si par ailleurs, on ajoute les revenus dictés récemment par l'industrie et plus amplement décrits aux pages 25 et 26 de la présente expertise, on constate une rentabilité très intéressante et ceci, dès les premières années d'exploitation. On note en effet les éléments suivants :

8.1 Revenus globaux

Le Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval générerait des revenus globaux de 7,7 millions \$ en 2005 pour s'élever à 9,9 millions \$ en 2009 (figure 7).

8.2 Bénéfices nets

Le projet dégagerait un bénéfice net avant impôt de 2,8 millions \$ en 2004-2005 (année d'ouverture) et de 5,8 millions \$ en 2008-2009.

¹⁴ Étude sur l'état de la situation des centres de foires dans la région métropolitaine de Montréal, Tourisme Montréal, 3 mars 2003

8.3 Marge d'autofinancement (bénéfice net plus amortissement)

La marge d'autofinancement serait de 3,4 millions \$ en 2005 et de 6,1 millions \$ en 2009.

8.4. Le rendement

Le rendement du projet sur l'investissement (RSI) s'établirait à 10,6 % alors que le rendement sur l'avoir des actionnaires s'établirait à 9,4 %, sur une période de 10 ans

8.5 Seuil de rentabilité

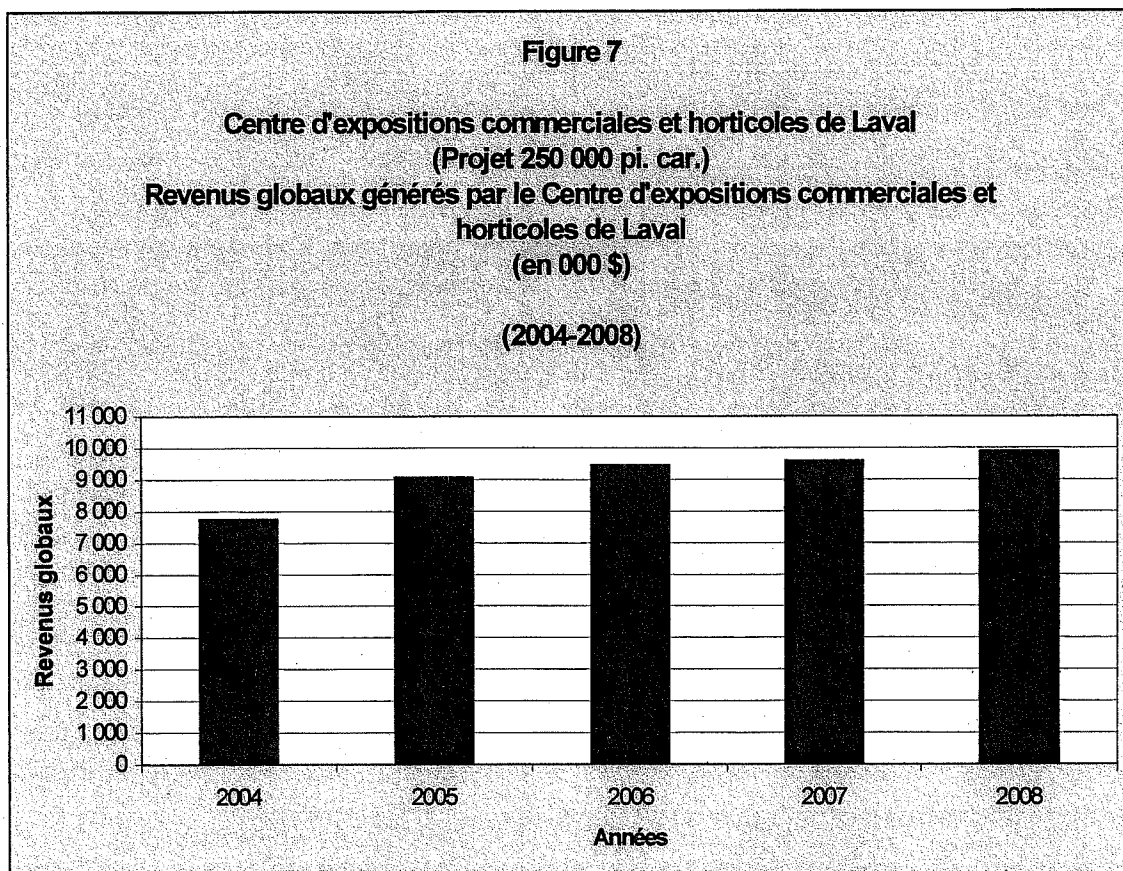
Le seuil de rentabilité (ou point mort) serait atteint à partir de 3,7 millions \$ de ventes. Par conséquent, le projet commencerait à générer des bénéfices après ce seuil.

8.6 Amortissement

Nous n'avons pas calculé d'amortissement annuel sur le bâtiment puisqu'il s'agit d'un édifice public municipal . 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.



Source : le Groupe Productivité Plus

8.8 Les mises de fonds

La mise de fonds du palier régional (Ville de Laval ou autre) s'établirait à 15 861 600 \$
Cette mise de fonds pourrait prendre la forme d'un versement comptant ou encore d'un don de terrain ou autre.

Les deux autres paliers de gouvernement (Canada et Québec) verseraient chacun 15 861 700 \$.

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 (Note 1)	7,751.0	100.0%	9,067.0	100.0%	9,454.0	100.0%	9,586.0	100.0%	9,879.0	100.0%
Coût des ventes										
Frais d'exploitation:										
resto,banquets,etc (Note 2)	481.0	6.2%	595.0	6.6%	618.0	6.5%	632.0	6.6%	646.0	6.5%
Frais d'exploitation des bars (Note 3)	157.0	2.0%	208.0	2.3%	216.0	2.3%	222.0	2.3%	228.0	2.3%
Frais d'exploitation:station-et entrée (Note 4)	213.0	2.7%	206.0	2.3%	222.0	2.3%	216.0	2.3%	225.0	2.3%
Frais d'élec,eau,drainage, accrochage,vest (Note 5)	393.0	5.1%	428.0	4.7%	447.0	4.7%	445.0	4.6%	461.0	4.7%
Frais de démarrage (Note 6)	990.0	12.8%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%
Frais de formation (Note 7)	50.0	0.6%	25.0	0.3%	12.5	0.1%	12.5	0.1%	12.5	0.1%
Frais de chauffage,élec, climatisation (Note 8)	270.0	3.5%	304.4	3.4%	314.1	3.3%	317.4	3.3%	324.7	3.3%
Assurance-incendie,responsabilité civile (Note 9)	22.4	0.3%	25.4	0.3%	26.3	0.3%	26.6	0.3%	27.3	0.3%
Avantages sociaux (Note 10)	26.5	0.3%	29.9	0.3%	30.9	0.3%	31.2	0.3%	31.9	0.3%
Salaires main-d'oeuvre directe (Note 11)	102.0	1.3%	115.0	1.3%	118.7	1.3%	119.9	1.3%	122.6	1.2%
Frais d'entretien mécanique (Note 12)	96.1	1.2%	108.3	1.2%	111.8	1.2%	113.0	1.2%	115.6	1.2%
Frais de conciergerie (Note 13)	308.6	4.0%	350.5	3.9%	362.5	3.8%	366.5	3.8%	375.5	3.8%
Frais de déneigement,entretien,vidanges (Note 14)	168.4	2.2%	189.8	2.1%	195.9	2.1%	198.0	2.1%	202.5	2.0%
Amortissement annuel	549.0	7.1%	439.2	4.8%	351.4	3.7%	281.1	2.9%	224.8	2.3%
Coût total des ventes	3,827.0	49.4%	3,024.5	33.4%	3,027.1	32.0%	2,981.2	31.1%	2,997.4	30.3%
Bénéfice brut	3,924.0	50.6%	6,042.5	66.6%	6,426.9	68.0%	6,604.8	68.9%	6,881.6	69.7%

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)	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%
Frais de séjour, hébergement déplacement (Note 16)	32.0	0.4%	37.4	0.4%	39.0	0.4%	39.6	0.4%	40.8	0.4%
Frais de publicité & de promotion (Note 17)	120.0	1.5%	140.4	1.5%	146.4	1.5%	148.4	1.5%	152.9	1.5%
Avantages sociaux: ventes & marketing (Note 18)	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%
Dépenses diverses.	50.0	0.6%	58.5	0.6%	61.0	0.6%	61.8	0.6%	63.7	0.6%
Frais de vente (total)	202.0	2.6%	236.3	2.6%	246.4	2.6%	249.8	2.6%	257.4	2.6%
Frais d'administration										
Salaires d'administrations (Note 19)	155.0	2.0%	174.7	1.9%	180.3	1.9%	182.2	1.9%	186.4	1.9%
Avantages sociaux: administration (Note 20)	40.3	0.5%	45.4	0.5%	46.9	0.5%	47.4	0.5%	48.5	0.5%
Salaires de bureau (Note 21)	28.5	0.4%	33.3	0.4%	34.8	0.4%	35.2	0.4%	36.3	0.4%
Avantages sociaux: salaires de bureau (Note 22)	7.4	0.1%	8.7	0.1%	9.0	0.1%	9.2	0.1%	9.4	0.1%
Dépenses de bureau (Note 23)	60.0	0.8%	70.2	0.8%	73.2	0.8%	74.2	0.8%	76.5	0.8%
Assurances responsabilité (Note 24)	65.0	0.8%	76.0	0.8%	79.3	0.8%	80.4	0.8%	82.8	0.8%
Frais de communications (Note 25)	46.0	0.6%	53.8	0.6%	56.1	0.6%	56.9	0.6%	58.6	0.6%
Honoraires professionnels (Note 26)	60.0	0.8%	70.2	0.8%	73.2	0.8%	74.2	0.8%	76.5	0.8%
Mauvaises créances (Note 27)	78.0	1.0%	91.2	1.0%	95.1	1.0%	96.5	1.0%	99.4	1.0%
Dépenses diverses	75.0	1.0%	87.7	1.0%	91.5	1.0%	92.8	1.0%	95.6	1.0%
Frais d'administration (total)	615.2	7.9%	711.2	7.8%	739.4	7.8%	749.0	7.8%	770.0	7.8%
TOTAL DES FRAIS D'EXPLOITATION	817.2	10.5%	947.5	10.4%	985.8	10.4%	998.8	10.4%	1,027.4	10.4%

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	
BENEFICE D'EXPLOITATION	3,106.8	40.1%	5,095.0	56.2%	5,441.1	57.6%	5,606.0	58.5%	5,854.2	59.3%
Frais financiers	278.8	3.6%	41.5	0.5%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%
Bénéfice avant impôt	2,828.0	36.5%	5,053.5	55.7%	5,441.1	57.6%	5,606.0	58.5%	5,854.2	59.3%
Impôt sur le revenu	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%
Bénéfice net après impôt	2,828.0	36.5%	5,053.5	55.7%	5,441.1	57.6%	5,606.0	58.5%	5,854.2	59.3%
Amortissement annuel	549.0	7.1%	439.2	4.8%	351.4	3.7%	281.1	2.9%	224.8	2.3%
Marge d'autofinancement (Cash flow)	3,377.0	43.6%	5,492.7	60.6%	5,792.5	61.3%	5,887.1	61.4%	6,079.0	61.5%
Productivité Plus inc.										

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	517.3	5,030.8	10,774.4	16,648.0	22,689.9
Comptes-clients (Note 28)	953.4	1,115.2	1,162.8	1,179.1	1,215.1
Matières premières (Note 29)	426.3	498.7	520.0	527.2	543.3
Total de l'actif à court terme	1,897.0	6,644.7	12,457.2	18,354.3	24,448.3
IMMOBILISATIONS					
Terrain, routes et infra-structures (Note 30)	13,000.0	13,000.0	13,000.0	13,000.0	13,000.0
Batiment (Note 31)	34,600.0	34,600.0	34,600.0	34,600.0	34,600.0
Équipement de bureau (Note 32)	275.0	275.0	275.0	275.0	275.0
Moins : amortissement accumulé (Note 33)	55.0	99.0	134.2	162.4	184.9
Autres équipements (Note 34)	2,470.0	2,470.0	2,470.0	2,470.0	2,470.0
Moins : amortissement accumulé (Note 35)	494.0	889.2	1,205.4	1,458.3	1,660.6
Valeur aux livres des immobilisations	49,796.0	49,356.8	49,005.4	48,724.3	48,499.5
TOTAL DE L'ACTIF	51,693.0	56,001.5	61,462.6	67,078.6	72,947.8

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 37)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Comptes-fournisseurs (Note 38)	450.0	535.0	555.0	565.0	580.0
Total du passif à court terme	450.0	535.0	555.0	565.0	580.0
PASSIF A LONG TERME					
Emprunt sur équipement (Note 39)	830.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Emprunt à long terme/ (Note 40)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total du passif à long terme	830.0	0.0	0.0	0.0	0.0
AVOIR DES ACTIONNAIRES					
Mises de fonds: Ville de Laval (Note 41)	15,861.6	15,861.6	15,861.6	15,861.6	15,861.6
Mises de fonds: Gouv du Québec (Note 42)	15,861.7	15,861.7	15,861.7	15,861.7	15,861.7
Bénéfices non répartis	2,828.0	7,881.5	13,322.6	18,928.6	24,782.8
Mises de fonds: Gouv du Canada (Note 43)	15,861.7	15,861.7	15,861.7	15,861.7	15,861.7
Total de l'avoir des actionnaires	50,413.0	55,466.5	60,907.6	66,513.6	72,367.8
TOTAL DU PASSIF ET DE L'AVOIR DES ACTIONNAIRES	51,693.0	56,001.5	61,462.6	67,078.6	72,947.8
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	4,745.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Remboursement de capital		3,915.0	830.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Immobilisations	50,345.0	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)		1,447.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Bénéfice avant impôt amortissement, intérêt		3,655.8	5,534.2	5,792.5	5,887.1	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0
Amortissement annuel		549.0	439.2	351.4	281.1	224.8	179.9	(73.4)	103.6	82.9	66.3
Paieement d'intérêt sur dettes à court terme		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1,537.5	580.1	0.0	0.0	0.0
Paieement d'intérêt sur dettes à long terme		278.8	41.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Bénéfice avant impôt, après amortissement et int.		2,828.0	5,053.5	5,441.1	5,606.0	5,854.2	4,361.6	5,572.3	5,975.4	5,996.1	6,012.7
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											1,447.0
Valeur résiduelle des immobilisations											47,865.2
RENDEMENT SUR L'INVESTISSEMENT (AVANT INTERET)						10.6 %					
Sortie de fonds	50,345.0	1,447.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Entrée de fonds	0.0	3,655.8	5,534.2	5,792.5	5,887.1	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0	55,391.2
Mouvement net	(50,345.0)	2,208.8	5,534.2	5,792.5	5,887.1	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0	55,391.2
RENDEMENT SUR L'AVOIR DES ACTIONNAIRES						9.4 %					
Sortie de fonds	50,345.0	5,640.8	871.5	0.0	0.0	0.0	1,537.5	580.1	0.0	0.0	0.0
Entrée de fonds	2,000.0	3,655.8	5,534.2	5,792.5	5,887.1	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0	6,079.0	55,391.2
Mouvement net	(48,345.0)	(1,985.0)	4,662.7	5,792.5	5,887.1	6,079.0	4,541.5	5,498.9	6,079.0	6,079.0	55,391.2

Productivité Plus inc.

Le Groupe Productivité Plus

CENTRE D'EXPOSITIONS COMMERCIALES ET HORTICOLES DE LAVAL

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

Points morts

Profit net après impôt= \$0.00

Ventes 3,686.3

Marge d'autofinancement= \$0.00

Ventes 3,345.7

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	008	2009	TOTAL
SOURCES DE FONDS							
AVOIR DES ACTIONNAIRES							
Capital-actions ordinaires	15,861.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15,861.6
Capital-actions privilégiées	15,861.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15,861.7
Sous-total	31,723.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	31,723.3
Passif à long terme	4,745.0	(3,915.0)	(830.0)	0.0	0.0	0.0	0.0
Emprunts bancaires		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Marge d'autofinancement		3,377.0	5,492.7	5,792.5	5,887.1	6,079.0	26,628.3
Total des fonds disponibles	36,468.3	(538.0)	4,662.7	5,792.5	5,887.1	6,079.0	58,351.6
UTILISATION DES FONDS							
IMMOBILISATIONS							
Terrain	13,000.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13,000.0
Immeuble	34,600.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	34,600.0
Machines et équipement	275.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	275.0
Matériel roulant	2,470.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2,470.0
Sous-total	50,345.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50,345.0
AUTRES ACTIFS							
GRAND TOTAL							
DES IMMOBILISATIONS	50,345.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50,345.0
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
UTILISATION DES FONDS (SUITE)							
FONDS DE ROULEMENT							
Encaisse		517.3	4,513.5	5,743.6	5,873.6	6,041.9	22,689.9
Comptes-clients		953.4	161.8	47.6	16.3	36.0	1,215.1
Matières premières		426.3	72.4	21.3	7.2	16.1	543.3
TOTAL DU FONDS DE ROULEMENT		1,897.0	4,747.7	5,812.5	5,897.1	6,094.0	24,448.3
MOINS EXIGIBILITES							
Comptes-fournisseurs		450.0	85.0	20.0	10.0	15.0	580.0
TOTAL DES EXIGIBILITES		450.0	85.0	20.0	10.0	15.0	580.0
Fonds de roulement à financer		1,447.0	4,662.7	5,792.5	5,887.1	6,079.0	23,868.3
Utilisation des fonds	50,345.0	1,447.0	4,662.7	5,792.5	5,887.1	6,079.0	74,213.3
Surplus ou (déficit)	(13,876.7)	(1,985.0)	0.0	0.0	0.0	0.0	(15,861.7)
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)	387	465	483	494	507
Frais d'exploitation des banquets et des machines distributrices (Tab. 12)	94	130	135	138	139
Total	481	595	618	632	646

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)	90	78	94	88	94
Frais d'exploitation de la perception des billets d'entrée au centre de foires (voir tableau 19)	123	128	128	128	131
Total	213	206	222	216	225

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)	316	333	350	347	361
Frais de drainage, eau (voir tableau 17)	22	23	25	25	25
Frais de vestiaires (Voir tableau 18)	55	72	72	73	75
Total	393	428	447	445	461

Note 6 : Frais de démarrage

	24 mois avant l'ouverture	12 mois avant l'ouverture	Grand total
• plans et esquisses préliminaires, maquette, etc.	250 000 \$		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 :	100 000	100 000	200 000
• budget de publicité	30 000	30 000	60 000
• budget de promotion, conférences, voyages, affiches, recherche de marché, site web, etc. (avant l'ouverture du Centre)		90 000	90 000
• budget de commandites :	70 000	70 000	140 000
• coordination du projet 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	35 000	15 000	50 000
• étude de faisabilité du projet (scénarios de 400 000 pi. car et de 550 000 pi. car. de surface brute d'exposition)	200 000		200 000
Total	685 000	305 000	990,000

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 : estimé par le Groupe Productivité Plus

Note 9 : Assurance-incendie et responsabilité civile

37 330 000 \$ x 0,06 \$ / 100 \$ d'évaluation ou 22 398 \$ / an

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 :

1 contremaître, soit	48 000 \$
1 préposé à l'entretien, soit	29 000 \$
1 gardien de sécurité	<u>25 000 \$</u>

Total **102 000 \$**

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 291 000 pi. car. x 0,33 \$ / pi. car. = 96 063 \$

Note 13 : Frais de conciergerie

Ces coûts s'élèvent à 1,06 \$ / pi. car. soit 291 100 pi. car. x 1,06 \$ / pi. car. = 308 566 \$

Note 14 : Frais de déneigement, entretien, vidanges

Ces frais s'établissent annuellement ¹⁾ à :

a) Déneigement

1500 places de stationnement x 120 pi ² / véhicules	180 000 pi ² .
Plus : aires de circulation et voies d'accès	<u>120 000 pi².</u>
Total	300 000 pi².

$$\begin{aligned} 300\,000 \text{ pi. car.} \div 10,76 \text{ pi}^2 / \text{mètre}^2 &= \\ 27\,881 \text{ mètres}^2 \times 1,70 \$ / \text{mètre}^2 &= 47\,400 \$ \end{aligned}$$

b) entretien extérieur des jardins 56 000 \$
(jardiniers et achat annuel de fleurs, arbustes, etc.)

c) Vidanges (estimé à 0,223 \$ / pi²) 65 000 \$

Total **168 400 \$**

(1) *Groupe Productivité Plus*

FRAIS DE VENTE

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

	Année 2004
• salaire du directeur des relations publiques et du marketing ¹⁶	0 \$
Total	<u>0 \$</u>

Note 16 : Frais de séjour, hébergement, déplacement et représentation
Source : Le Groupe Productivité Plus

Note 17 : Publicité et promotion 2004

	Année 2004
• Frais de publicité, voir chapitre 5.7.1)	30 000 \$
• Frais de promotion (voir chapitre 5.7.2)	<u>90 000 \$</u>
Total	<u>120 000 \$</u>

Source : Le Groupe Productivité Plus

Note 18 : Avantages sociaux (ventes et marketing)
Ils s'élèvent à 26 % des coûts salariaux.

¹⁵ Sans les avantages sociaux

¹⁶ Poste assumé par le directeur général

FRAIS D'ADMINISTRATION

Note 19 : Salaires d'administration¹⁷ (Voir tableaux 4 et 5)

Année 2004

- Salaire du directeur général 95 000 \$
- Salaire du contrôleur 60 000 \$

Total **155 000 \$**

Note 20 : Avantages sociaux administration

26 % x 155 000 \$ 40 300 \$

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

Salaire d'une secrétaire/réceptionniste/
commis de bureau 28 500 \$

Total **28 500 \$**

Note 22 : Avantages sociaux (salaires de bureau)

26 % x 28 500 \$ = 7 410 \$

Note 23 : Dépenses de bureau

Source : Groupe Productivité Plus

¹⁷Sans les avantages sociaux

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 disposent d'une assurance responsabilité civile pour au moins 3 millions \$ et de l'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, etc.

IMMOBILISATIONS

Note 30 : Terrain (Voir tableau 8.)

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

	(000 \$)
Coût du bâtiment	28 600 \$
Espaces auxiliaires	2 485 \$
Frais de financement temporaire ^{a)}	<u>3 500 \$</u>
Total	<u>34 585 \$</u>

^{a)} *Durant la construction*

N.B. : Il n'y a pas d'amortissement sur le bâtiment puisque ce dernier serait détenu par Ville de Laval

Note 32 : Équipement de bureau (Voir tableau 8-A.)

Note 33 : Amortissement accumulé : équipement de bureau

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

Note 34 : Autres équipements (Voir tableau 8.)

Note 35 : Amortissement accumulé : autres équipements

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

Note 36 : Frais de 1er établissement

Voir note 29a).

PASSIF À COURT TERME

Note 37 : Emprunt bancaire

C'est la marge de crédit bancaire utilisée. Le taux d'intérêt s'établit à 8,5 %

Note 38 : Comptes-fournisseurs

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

PASSIF À LONG TERME

Note 39 : Emprunt sur équipement

Cet emprunt se chiffre à 2 745 000 \$ et sera remboursé sur 2 ans, à raison de deux versements, le premier de 1 915 000 \$ et le second de 830 000 \$ de capital plus les intérêts. Le taux d'intérêt a été fixé à 8% l'an.

Note 40 : Emprunt à long terme

Il s'agit d'un prêt à terme d'une valeur de 2,0 millions \$, remboursable sur un (1) an, à raison d'un versement de 2 millions de \$ à la fin de la 1ère 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 47 585 000 \$ = 15 861 600 \$.

Note 42 : Mise de fonds du gouvernement du Québec

Il s'agit d'une subvention non remboursable d'une valeur de 15 861,700 \$ versée par le gouvernement du Québec.

Note 43 : Mise de fonds du gouvernement du Canada

IDEM

Note 44 : Bénéfices non répartis (BNR)

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

Annexe

Tableaux complémentaires

Tableau 10

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

Année	2004	2005	2006	2007	2008
Revenus provenant :					
	<i>(en 000 \$)</i>				
. Location d'espace d'exposition	4 322	4 824	4 951	4 899	5 023
. Restauration et banquets (tableaux 11 et 12)	769	984	1 032	1 062	1 090
. Bars (tableau 13)	475	630	654	674	695
. Stationnement des voitures (tableau 14)	463	572	603	621	639
. Prises électriques aux stands d'exposition (tableaux 15 -16)	617	650	683	678	705
. Services d'eau et de drainage (tableau 17)	36	38	41	41	42
. Services de vestiaires (tableau 18)	110	144	143	146	151
. Redevances sur billets d'entrée (tableau 19)	434	575	597	615	634
. Revenus de commandites ¹ (estimés)	525	650	750	850	900
Total	7 751	9 067	9 454	9 586	9 879

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, compagnies 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) ¹⁾					
Consommation per capita (1,15 \$)	523	649	680	700	722
Revenus totaux ²⁾ (en ,000 \$)	601	746	782	805	830
Dépenses :					
• achat nourriture et salaires (en ,000 \$)	240	298	313	322	332
• honoraires de gestion (en ,000 \$)	92	100	100	100	100
• autres frais (logiciels pour caisses enregistreuses, emballage, gaz, électricité etc.) (en ,000 \$)	55	67	70	72	75
Total des frais (en 000 \$)	387	465	483	494	507
Bénéfices nets (en ,000 \$)	214	281	299	311	323

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, chambre froide, chaises et tables, caisses enregistreuses, etc.

1) Salon « Grand public »

2) 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 \$)	168	238	250	257	260
Dépenses :					
achat nourriture et salaires (en ,000 \$)	67	95	100	103	104
honoraires de gestion (en ,000 \$)	27	35	35	35	35
Total des frais (en 000 \$)	94	130	135	138	139
Bénéfices nets (en ,000 \$)	74	108	115	119	121

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⁾ (salons "Grand public")	53	58	58	58	59
• Nombre de visiteurs (000), (Salons "Grand public")	413	548	569	586	604
• Consommation de bière (en \$/capita) (1,15 \$)					
Revenus provenant de la vente de bière (en, 000 \$)	475	630	654	674	695
Dépenses (en 000 \$):					
• Coût des matières premières	75	99	103	106	109
• Coût de la main-d'œuvre	28	37	38	39	40
• Honoraires de gestion	54	72	75	77	79
Sous-total dépenses	157	208	216	222	228
Revenus nets (en 000 \$)³⁾	318	422	438	452	467

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 5 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 d' événements, faute d'espace, durant les mois de pointe de février, mars et octobre.

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 spécialisées)	523	649	680	700	722
• Nombre de stationnements (000)	76	94	99	102	105
• 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 spécialisées)	123	119	128	119	129
Revenus de stationnement (en 000 \$)	463	572	603	621	639
Dépenses (en 000 \$) :					
• coût de la main-d'oeuvre préposée aux kiosques de perception : 3 personnes x 10 heures / jour x 12,75 \$ / heure x nbre jours d'activité/an (en 000 \$)	47	46	49	46	49
• Coût de la main-d'œuvre servant à placer les automobilistes ou 2,5 personnes x 10 hres / jour x 10,00 \$ / hre x nbre jours d'activité (Grand public et Trade) (en 000\$)	31	30	32	30	32
Sous-total (main-d'oeuvre)	78	76	81	76	81
Plus : avantages sociaux ²⁾	12	12	13	12	13
Total des dépenses (en 000 \$)	90	78	94	88	94
Bénéfices nets (en 000 \$)¹⁾	373	494	509	533	545
1) Sans taxes 2) Avantages sociaux = 16 % Source : Expo-Cité, Québec					

Tableau 15

**Revenus¹⁾ provenant des frais d'électricité, d'accrochage au plafond, de communications et de loyers
 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	4 883	5 138	5 424	5 388	5 608
• Revenus provenant du raccordement électrique, par stand d'exposition, (65 \$)	65 \$	65 \$	65 \$	65 \$	65 \$
• Revenus provenant de l'accrochage de banderoles au plafond : 65 \$ / hre (1 stand sur sept environ)	9,29 \$	9,29 \$	9,29 \$	9,29 \$	9,29 \$
Revenus totaux (en ,000 \$)					
• Raccordement électrique	317	334	353	350	364
• Accrochage au plafond	45	48	50	50	52
• Stockage (voir tableau 16)	13	14	14	14	15
• Communications (voir tableau 16)	195	205	217	215	224
• Loyers provenant des 8 salles de réunion : (8 salles x 50 % (taux d'occupaton) x 125 \$ / jr X nombre de jours d'activité)	27	29	29	30	30
• Loyer provenant de l'espace de bureau (2000 pi. car.) occupé par Hortiparc @ 10 \$ / pi. car.)	20	20	20	20	20
Total	617	650	683	678	705
Dépenses (en , 000 \$):					
• Frais alloués à des entrepreneurs (électricité, accrochage et communications)	301	317	333	331	344
Revenus nets encaissés par le Centre de foires (en ,000 \$)⁽¹⁾	316	333	350	347	361
(1) Sans taxes					
Source : Expo-Cité, Québec					

Tableau 16

**Revenus provenant de la location d'espace de stockage, 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 (en pi ²)	5000	5000	5000	5000	5000
• Prix de location (en cents par pi. car.)	5	5	5	5	5
• Revenus totaux de stockage x nombre jours d'activité, • (en 000 \$)	13	14	14	14	15
• Revenus de communications (prises téléphoniques, fax, modem câble, cartes de crédit, etc.) (en moyenne 100 \$ par stand d'exposition) en 000 \$ ¹⁾	195	205	217	215	224
Moins : frais alloués à un entrepreneur (en 000 \$)	166	175	185	183	191
Revenus nets (communication) (en 000 \$)	29	30	32	32	33

1) Environ 40 % des stands utilisent ce service

Tableau 17

**Revenus nets¹⁾ générés par la vente de services d'eau et de drainage facturés aux exposants
 lors de foires commerciales et horticoles au Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval**

**(Période 2004 - 2008)
 (En \$ constants de 2001)**

	2004	2005	2006	2007	2008
• Nombre de stands d'exposition (en unité)	4 883	5 138	5 424	5 388	5 608
• Clientèle utilisant ce service (en unité) (3 à 4 % des utilisateurs de stands)	146	154	163	162	168
• Coût de raccordement aux services d'eau et de drainage, par stand (250 \$ \$ par stand)	250 \$	250 \$	250 \$	250 \$	250 \$
Revenus totaux (en ,000 \$)	36	38	41	41	42
<u>Dépenses :</u>					
• frais alloués aux entrepreneurs (en 000 \$)	22	23	25	25	25
Revenus nets encaissés par le Centre de foires (en ,000 \$)	14	15	16	16	17

(1) Sans taxes

Source : Expo-Cité, Québec

Tableau 18

Revenus nets ¹⁾ générés par les vestiaires 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)	523	649	680	700	722
• Clientèle utilisant le vestiaire ¹⁾ : (12 à 15 % des visiteurs) (en 000)	63	83	82	84	87
• Prix du vestiaire, par personne ²⁾ , (en \$)	1,74 \$	1,74 \$	1,74 \$	1,74 \$	1,74 \$
Revenus totaux (en , 000 \$)	110	144	143	146	151
<u>Dépenses :</u>					
• Frais alloués à un opérateur (en 000 \$)	55	72	72	73	76
Revenus nets encaissés par le Centre de foires (en ,000 \$) ³⁾	55	72	72	73	75

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")	413	548	569	586	604
• Coût moyen d'un billet d'entrée ⁽¹⁾ , en \$	7	7	7	7	7
• Nombre de jours d'activité (ou salons "Grand public")	53	58	58	58	59
Revenus totaux (en 000 \$)	2 891	3 836	3 983	4 102	4 228
Redevances perçues par le Centre de foires (15 %) (en 000 \$)	434	575	597	615	634
Dépenses :					
• Coût de la main-d'œuvre préposée à la billetterie ou 4 personnes x 2 quarts de travail x 12,75 \$ / hre x nombre de jours d'activité (foires "Grand public") (en 000 \$)	38	41	41	41	42
• Coût de la main-d'œuvre préposée aux tourniquets et à la sécurité ou 4 personnes x 2 quarts de travail x 10,00 \$/hre x nombre de jours d'activité (foires "Grand public") (en 000 \$)	21	23	23	23	24
• Salaires de 1 chef de la billetterie (en 000 \$)	43	43	43	43	43
• Plus : avantages sociaux (en 000 \$) ⁽²⁾	21	21	21	21	22
Total des dépenses (en 000 \$) ⁽³⁾	123	128	128	128	131
Bénéfices nets : Redevances moins dépenses totales (en ,000 \$)	311	447	469	487	503

1) Prix du billet sans taxes

2) Plus 16 % d'avantages sociaux pour la main-d'oeuvre préposée à la billetterie et aux tourniquets et 26 % pour le chef de la billetterie

3) Sans taxes

Source : Expo-Cité, Québec

Tableau 20

Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
Prévision de la demande d'espace brut d'exposition
(Projet de 250 000 pi. car. de surface brute d'exposition)
Superficie en 000 pi²

(2004-2008)

Année	2004	2005	2006	2007	2008
Superficies (,000 pi. car.	4 249	4 669	4 769	4 762	4 837

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 d'événements ne pouvant avoir lieu faute d'espace durant les mois de pointe de février, mars et octobre.

Tableau 21

**Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
 Prévion de la demande de stands d'exposition
 pour les salons "Grand public" et les foires spécialisées
 (Projet de 250 000 pi. car. de surface brute d'exposition)**

(en unités)

(période 2004-2008)

Année	2004	2005	2006	2007²	2008
Nombre de stands¹	4 883	5 138	5 424	5 388	5 608

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 d'événements durant les mois de pointe de février, mars et octobre, faute d'espace.*

2) *Certaines foires commerciales ont lieu au deux ans.*

Tableau 22

**Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
 Prévion du nombre de visiteurs à des salons "Grand public" et à des foires spécialisées
 (Projet de 250 000 pi. car. de surface brute d'exposition)**

(visiteurs (en 000) (2004-2008))

Année	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de visiteurs ¹	523	649	680	700	722
<i>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 d'événements ne pouvant obtenir de l'espace durant les mois de pointe de février, mars et octobre.</i>					

Tableau 23

**Centre d'expositions commerciales et horticoles de Laval
 Prévion du nombre de salons "Grand public" et de foires spécialisées
 (Projet de 250 000 pi. car. de surface brute d'exposition)**

(Nombre d'événements 2004-2008), en unité

Année	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre d'événements¹	38	37	39	37	39
<i>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 d'événements ne pouvant avoir lieu faute d'espace d'exposition durant les mois de pointe de février, mars et octobre.</i>					

Annexe

Condition de participation financière du Québec

Les conditions du gouvernement du Québec à sa participation dans le financement du projet sont fondées sur les grands paramètres énoncés.

Les grands paramètres :

- L'état québécois n'assumera pas la totalité des charges financières.
- Le projet prendra la forme d'un partenariat public/ privé.
- La superficie du centre d'exposition sera les aires d'exposition.

Les conditions de la contribution financière du Québec

Les conditions de participation du gouvernement du Québec au financement du projet ont trait aux principales spécifications physiques que celui-ci devra respecter : aux coûts devant être inclus et exclus du projet; à la participation financière publique /privée et aux conditions liées à la présentation du projet.

1. Le maximum de la contribution financière ainsi que la forme que prendra cette contribution seront basés sur le coût du projet tel que défini ci-après, pour un maximum qui se situe entre 50 M\$ et 60 M\$;
2. Le coût total du projet comprend les coûts de construction et des aménagements des services auxiliaires, de raccordement des infrastructures, du mobilier généralement requis pour ce type d'immeuble, de l'aménagement du terrain (d'environ 1 200 000 pieds carrés incluant 1 400 espaces de stationnement extérieur), des travaux d'aménagement des accès du réseau routier au site du projet et le mobilier public que requièrent les accès. L'ensemble de ces coûts est ci-après désigné par l'expression « le coût du projet »;
3. L'acceptation par le gouvernement du Québec de l'emplacement du projet constitue une condition à sa participation au financement du projet;
4. Le bâtiment aura les caractéristiques suivantes : hauteurs libres de 40 pieds, portes et rampes en nombre suffisant, salles d'exposition subdivisables, insonorisées et dont l'environnement est contrôlé, colonnes espacées (maximum 60 pieds), éclairage, sonorisation et traitement de l'air sophistiqué, salles de réunions en nombre suffisant (permettant banquets et présentations audiovisuelles), restauration de qualité et en quantité suffisante, billetterie efficace et salles de toilettes en nombre suffisant;

5. Le terrain devra avoir une superficie d'environ 1 200 000 pieds carrés, être situé à proximité d'un axe routier à grand débit, être accessible par transport en commun, et à proximité d'hébergement commercial (idéalement avec un hôtel sur le site);
6. Le gouvernement ne participera pas aux déficits d'exploitation du projet;
7. Les gouvernements du Québec et du Canada devront s'être entendus sur une contribution financière, chaque niveau de gouvernement devant assumer un tiers des coûts admissibles du projet (ex. : l'achat du terrain ne représente par un coût admissible);
8. Un ou plusieurs investisseurs privés devront s'être entendus sur le partage du coût résiduel du projet;
9. Le montant et la forme de la participation financière du secteur privé devront être approuvés par le gouvernement du Québec, entendu que la proposition définira la forme juridique du partenariat entre la Ville et le secteur privé;
10. Le projet pourra comporter divers scénarios et devra être déposé au gouvernement du Québec par la Ville laquelle en assumera la coordination et sera l'interlocutrice privilégiée du gouvernement du Québec;
11. Le projet devra comprendre des états financiers pro forma pour au moins chacune des cinq premières années d'opération, celles-ci étant clairement identifiées. Ces états financiers devront être supportés par un plan d'affaires détaillé;
12. Le promoteur et le gouvernement du Québec devront s'être entendus sur un protocole de visibilité. De plus, le promoteur devra respecter les modalités usuelles appliquées à ce type de subvention.