

SEDAN

# Portrait robot d'une foire réussie

200 000 personnes pour l'édition 2005. Plus vaste, plus étendue, plus diverse, la 70<sup>ème</sup> foire de Sedan était aussi plus fréquentée.



**M**ais qui vient à la foire de Sedan ? Qui sont les exposants ? Quel est le profil des visiteurs ? D'où viennent-ils ? Quel est l'impact réel de la foire sur l'économie sedanaise ?

L'Union Commerciale Industrielle et Artisanale (UCIA) de Sedan a demandé aux services de la CCI deux enquêtes pour mieux comprendre les raisons du succès présent et dessiner celles des évolutions prochaines.

Dans le cadre de la première étude, 2 034 personnes ont été interrogées par deux promotions d'étudiants en "management des unités commerciales" du lycée Pierre Bayle. Les premiers éléments montrent qu'à 86%, les visiteurs de la foire de Sedan sont des Ardennais et qu'à 84% ce sont des habitués. 74% d'entre eux y viennent même au moins deux fois.

En couple ou en famille, 38% dépensent entre 21 et 50 €, 26,5% entre 51 et 100 € (des dépenses liées pour

l'essentiel à des consommations de bouche) et 14% plus de 100 €.

### Qu'achètent-ils ?

Autant de produits de la restauration que d'équipements pour la maison ou les soins à la personne.

Parallèlement, des étudiants de l'École de Gestion et de Commerce de la CCI des Ardennes ont recueilli l'avis des 296 camelots, 64 exposants et 148 commerçants sédentaires présents sur la foire 2005. Principal enseignement retenu : de l'avis général, plus la foire est préparée en amont, plus les résultats sont au rendez-vous.

Globalement, camelots et exposants ont exprimé leur satisfaction et leur intention de revenir pour une prochaine édition. Parmi les commerçants sedanais, le bilan semble davantage mitigé. Mais une chose est sûre : l'impact très largement positif de la foire sur les commerces de bouche et l'hôtellerie.

### Potentiel achats et consommation sur la foire

ACHATS DE PRODUITS

entre  
3,8 et 4,5 M €

CONSOMMATION

entre  
2,18 et 2,73 M €



### Francis Mansu (UCIA de Sedan): encore du grain à moudre !

+15% de chiffre d'affaires par rapport à 2004. Le résultat a de quoi satisfaire l'Union Commerciale Industrielle et Artisanale (UCIA) de Sedan, organisatrice de la foire. "Un encouragement" souligne son président Francis Mansu pour qui la foire de Sedan est, "qu'on le veuille ou non, la seule foire de rue du Grand Est, une foire gratuite, populaire et de qualité, une fête de famille". Les indicateurs fournis par l'activité des grandes buvettes gérées par l'UCIA et par le résultat des locations d'emplacement confirment une progression que nourrit, "et réciproquement", la réussite de la foire agricole, passée de 24 000 visiteurs à 40 000 cette année.

Une contrainte pèse cependant sur l'édition 2006 : il n'y aura pas, contrairement à cette année, une augmentation du nombre de m<sup>2</sup> à louer et donc des revenus liés à la location des emplacements. "La réorganisation est terminée. Il est maintenant difficile de regagner de la surface", explique Francis Mansu. Mais les perspectives de développement n'en sont pas réduites pour autant. "L'une des enquêtes réalisées nous montre que 86% de ceux qui fréquentent la foire de Sedan sont des Ardennais. Cela veut dire que l'on a du grain à moudre pour attirer au delà du département. Et que l'on peut encore monter en puissance".

Dans cette perspective, deux pistes se dessinent. La première s'appuiera sur le centenaire de l'UCIA en 2007 : "élément de communication" pour les organisateurs de l'édition 2006. La seconde envisage d'organiser, notamment sur la foire agricole, colloques et conférences sur des thèmes fédérateurs et d'actualité. "Nous devons renforcer l'aspect qualitatif de la foire" assure Francis Mansu. Faire connaître, se faire connaître. Et élargir ainsi le cercle de la fête de famille.



BERNARD LACOTE

## Une trentaine d'emplois créés par les ORAC



Après une carrière d'une vingtaine d'années à la Direction Régionale de l'Industrie, de la Recherche et de l'Environnement (DRIRE), Bernard Lacote est depuis cinq ans le Délégué Régional au Commerce et à l'Artisanat (DRCA). A ce titre, il pilote les onze Opérations de Redynamisation du Commerce et de l'Artisanat (ORAC) que compte en 2005 la Champagne-Ardenne. Six d'entre elles se concentrent dans les Ardennes, couvrant la quasi totalité du territoire, hormis le bassin de Charleville-Mézières.

"Les Ardennes sont en pointe" dit-il volontiers. "Les premières opérations ont commencé dès 2002". L'ensemble des ORAC y représente un potentiel de 3 900 entreprises parmi lesquelles plus de 600 projets ont été identifiés. Les aides cumulées apportées par l'Etat, via la DRCA, et la Région s'élèveront à 2,5 M € au terme du programme en 2008. "Aujourd'hui, la connaissance précise de l'impact des ORAC permet d'annoncer la création de l'ordre d'une trentaine d'emplois pour chaque ORAC", précise Bernard Lacote.

### Simple, percutant, performant

Le succès ardennais des ORAC s'explique pour beaucoup par "la prise de conscience

des élus" qui ont vite compris que ces opérations "étaient un moyen facile et performant de faire du développement local". Il y avait l'outil, financé à 80% par des fonds publics. Ils l'ont utilisé dans un mouvement qui a rassemblé nombre de partenaires parmi lesquelles les chambres consulaires jouent également un rôle moteur. Le contrat territorial est venu formaliser cette union sacrée. L'engagement des participants à ces opérations, dont de "nombreux bénévoles commerçants et artisans" souligne le DRCA, nourrit la dynamique. "Ce département manifeste une volonté marquée de travailler ensemble" observe Bernard Lacote.

C'est pourquoi les ORAC sont amenées encore à s'amplifier. L'une des missions confiées à Vincent Thiery, sera justement pour 2006 d'élargir l'opération au territoire des Rières et des Sarts. Une autre innovation sera, prochainement dans la Pointe et dans le Rethélois, le mariage d'une ORAC avec une OPAH (Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat). "Il faut réfléchir à la valorisation du patrimoine non classé des habitants et à la restauration dans les règles de l'art des bâtiments anciens".



Vincent Thiery :  
label qualité pour les ORAC

Originaire de Reims où il a poursuivi ses études jusqu'à une maîtrise en sciences économiques, Vincent Thiery se confie volontiers "rethélois". Depuis septembre en effet, ce jeune homme de 28 ans est le coordinateur des six Opérations de Redynamisation du Commerce et de l'Artisanat (ORAC). Prévu au Contrat territorial, ce recrutement attendu doit permettre "une mutualisation des bonnes pratiques" des ORAC ardennaises, une communication plus large des actions (bulletin, publicités, mailing...) et une évaluation fine de l'impact économique menées en partenariat avec l'Etat, la Région, le Département, la CCI et la Chambre de métiers. S'il en est encore à la découverte de la "diversité" des pays ardennais et de leur "volonté d'initiative" Vincent Thiery n'en met pas moins d'ores et déjà en place avec Dominique Courtat-Guitton de la CCI et les communes concernées d'inédites "démarches qualité" à l'intention des commerçants. Celle qui concerne le pays de la pointe "Ardenne Rives de Meuse" a été lancée en novembre. D'autres vont suivre à Monthermé, Revin ou Rethel. Le principe est simple. Un "client mystère" doit effectuer des actes d'achat dans les commerces adhérents aux ORAC afin d'évaluer la qualité de l'accueil. Les points faibles ainsi décelés feront ensuite l'objet de formations spécifiques. Puis un label viendra authentifier la démarche engagée par le commerçant. Un vrai label de confiance.