Publié le 14 mars 2019

Tours Evènements : ambassadeurs du territoire

Le Palais des Congrès imaginé par Jean Nouvel connaît un vif succès. Le fruit de la mobilisation de la Société d'économie mixte Tours Evènements, qui se glisse dans le modèle de l'économie mixte avec bonheur. La souplesse de l'entreprise alliée à la défense du territoire…

C'est avant tout un bel ouvrage architectural. Sorti de terre en 1993, le Palais des Congrès, œuvre de Jean Nouvel, se distingue par son toit en surplomb du boulevard Heurteloup, prenant la forme d'une « casque géante » ou d'un « vaisseau » selon les sensibilités locales. Trois auditoriums composent le bâtiment :

Descartes (350 places), Pierre-de-Ronsard (700) et François-1er (2 000). Le Palais offre aussi des espaces polyvalents : 22 salles de commissions et le salon Agnès-Sorel de 1 500 m².

L'outil, fonctionnel et adaptable, est géré par **Tours Évènements** gère en complément du parc des expositions, à proximité immédiate du centre-ville. *« Avec un actionnariat à 85 % détenu par la Ville de Tours, nous sommes l'un des vecteurs de la politique d'attractivité mise en place par la municipalité »*, explique **Christophe Caillaud-Joos**, directeur général de la Sem. 80 salariés s'attellent à répondre à cet objectif avec un chiffre d'affaire annuel qui oscille entre 13 et 15 millions d'euros pour environ 200 évènements à gérer. *« La mairie a 2 priorités : animer le bassin de vie de la métropole et de ses 300 000 habitants ; faire rayonner la ville à travers des* business meetings *et l'organisation de grosses manifestations sur nos équipements »*, poursuit le directeur.

Vendre une destination locale

Tout au long de l'année, concerts (80 environ) et salons (habitat, automobile, etc.) s'enchaînent au milieu de grosses conventions d'entreprises publiques ou privés (FNSEA, SNCF, Mr Bricolage, etc.). *« Sans oublier la foire annuelle dont la fréquentation nous place au 5e rang des manifestations similaires en France »*. poursuit Christophe Caillaud-Joos, qui comptabilise 15 années d'expérience dans le secteur, a vu ce dernier prendre une nouvelle dimension. *« Avant, vendre le lieu suffisait. Aujourd'hui, il faut vendre une destination, donner du sens local à des évènements qui peuvent paraître déconnectés du contexte. Par exemple, la région tourangelle est la première de France en matière de production de médicaments. Les entreprises médicales peuvent donc trouver une justification à organiser des évènements chez nous. Enfin, ajouter dans l'évènement une découverte des châteaux de la Loire, peut être un plus pour la réussite de l'évènement »*.

D'autant plus que la concurrence du privé est réelle, son recours facilitant généralement le travail des communes ou métropoles, qui préfèrent la délégation aux tracas de la gestion. *« Les Sem comme les nôtres cumulent à la fois la souplesse entrepreneuriale du privé et la défense du territoire. Chaque jour, mes équipes et moi, nous sommes les ambassadeurs de notre territoire »*, conclut Christophe Caillaud-Joos.