

# Mémento pour l'implantation d'une activité commerciale

*Edition 2011*

Madame, Monsieur,

L'Aéroport Toulouse-Blagnac, lieu de transit en pleine expansion, offre de nombreuses possibilités pour développer des activités commerciales variées qui correspondent aux attentes des passagers.

Dans le cadre de vos réflexions et pour vous aider à définir votre projet, nous souhaitons vous présenter au travers de ce document, les points essentiels qui régissent une implantation commerciale sur l'Aéroport Toulouse-Blagnac.

Vous trouverez dans ce mémento les réponses aux principales questions que vous vous posez (fonctionnement de l'aéroport, potentiels commerciaux, droits et obligations) ainsi que la démarche à suivre pour établir votre dossier de candidature.

Mon équipe et moi-même restons à votre entière disposition pour vous fournir tout renseignement complémentaire que vous jugerez utile.

Marc BRISSAC

**CONTACTS AU SERVICE DÉVELOPPEMENT  
COMMERCIAL & IMMOBILIER**

- Marc BRISSAC  
Chef de service  
☎ 05 61 42 44 45  
📠 05 61 42 45 58  
e.mail : [m.brissac@toulouse.aeroport.fr](mailto:m.brissac@toulouse.aeroport.fr)
- Karine DUCOS-POMÈS  
Responsable Marketing  
☎ 05 61 42 45 78  
📠 05 61 42 45 58  
e.mail : [k.ducos@toulouse.aeroport.fr](mailto:k.ducos@toulouse.aeroport.fr)
- Marie-Hélène BORDENAVE-BOUVARD  
Assistante Commerciale et Administrative  
☎ 05 61 42 45 54  
📠 05 61 42 45 58  
e.mail : [mh.bordenave@toulouse.aeroport.fr](mailto:mh.bordenave@toulouse.aeroport.fr)

## Sommaire

<b>1<sup>ÈRE</sup> PARTIE : L'AÉROPORT INTERNATIONAL TOULOUSE-BLAGNAC</b>	<b>4</b>
I. PRÉSENTATION DE L'AÉROPORT TOULOUSE-BLAGNAC	4
I.1. <i>Le trafic en 2010</i>	5
I.2. <i>Les prévisions de trafic</i>	5
I.3. <i>Le réseau des vols</i>	6
I.4. <i>Les réalisations 2010</i>	6
I.5. <i>2011 et les perspectives à moyen et long terme</i>	10
II. LA CLIENTELE DE L'AÉROPORT TOULOUSE-BLAGNAC	13
II.1. <i>La typologie de la clientèle 2010</i>	13
a) Sexe	13
b) Motif de voyage	13
c) Catégorie socioprofessionnelle	13
d) Lieu d'habitation	14
e) Destination de vol	16
f) Type de vol	16
g) Nombre de vols effectués depuis 1 an au départ de l'Aéroport Toulouse-Blagnac	16
II.2. <i>La segmentation de la clientèle</i>	17
II.3. <i>Les attentes de la clientèle - étude ARC d'avril 2003</i>	18
a) Passagers au départ	18
b) Passagers à l'arrivée	20
c) Usagers	21
III. LES ACTIVITÉS COMMERCIALES SUR L'AÉROPORT	22
III.1. <i>La situation à mars 2011</i>	23
a) En zone publique	23
b) En zone d'embarquement	24
III.2. <i>Les résultats 2010</i>	25
III.3. <i>Les atouts de l'offre commerciale de l'aéroport</i>	25
III.4. <i>Les actions de promotion des boutiques et services</i>	25
<b>2<sup>ÈME</sup> PARTIE : QUE FAUT-IL SAVOIR POUR EXERCER UNE ACTIVITÉ COMMERCIALE SUR L'AÉROPORT ?</b>	<b>30</b>
I. NATURE DES ACTIVITÉS	30
II. EXPLOITATION DU POINT DE VENTE	30
II.1. <i>Ouverture</i>	30
II.2. <i>Personnel</i>	30
II.3. <i>Offre produit</i>	30
a) Approvisionnement, étalages	30
b) Prix	31
II.4. <i>Qualité-service</i>	31
a) Politique à mettre en œuvre	31
b) Réclamations, suggestions	31
III. CONDITIONS D'OCCUPATION	31
III.1. <i>Domaine public</i>	31
III.2. <i>Éléments financiers</i>	32
III.3. <i>Travaux (s'il y a lieu)</i>	33
III.4. <i>Particularités</i>	33
IV. DURÉE DE L'AUTORISATION	33
<b>3<sup>ÈME</sup> PARTIE : COMMENT POSER SA CANDIDATURE ?</b>	<b>34</b>

# 1<sup>ère</sup> partie : L'Aéroport International Toulouse-Blagnac

## I. PRÉSENTATION DE L'AÉROPORT TOULOUSE-BLAGNAC

Placé au 5<sup>ème</sup> rang derrière les Aéroports de Paris, Nice, Marseille et Lyon, L'Aéroport Toulouse-Blagnac a accueilli 6,4 millions de passagers en 2010.

Situé à 8 Km au nord-ouest de Toulouse, l'aéroport présente la particularité presque unique en France de voisiner avec les grands constructeurs européens : E.A.D.S, Airbus, ATR, etc., et de partager très étroitement sa destinée avec celle de cette industrie.

→ **Société AÉROPORT TOULOUSE-BLAGNAC** : anciennement assurée par la Chambre de Commerce et d'Industrie, la gestion de Toulouse-Blagnac, comme celle des grands aéroports régionaux, est confiée à une société privée depuis le 23 mars 2007.

Cela répond à une évolution prévue par la loi du 20 avril 2005 qui réforme en profondeur le statut en prévoyant l'exploitation des aéroports par des sociétés de droit privé, constituées dans un premier temps de capitaux 100% publics (l'Etat : 60%, les CCI : 25% et les collectivités territoriales : 15%).

L'Aéroport Toulouse-Blagnac, qui a assumé un rôle de leader dans cette réforme, a anticipé la fin de sa concession et s'est positionné comme la deuxième plate-forme régionale ayant adopté le nouveau statut.

### → **Contrat de Régulation économique**

Déterminer les conditions d'évolution des tarifs des redevances aéroportuaires pour la période 2009-2013, voilà l'enjeu du Contrat de Régulation Economique (CRE) que l'Aéroport Toulouse-Blagnac a signé avec l'État. Ce contrat, conséquence directe de la loi du 20 avril 2005 sur la réforme des grands aéroports régionaux français, permet également d'établir le programme des investissements et leur financement, mais aussi les objectifs de qualité de service auxquels s'engage l'aéroport. Au terme de la négociation avec la Direction Générale de l'Aviation Civile, le contrat a été signé au 1<sup>er</sup> trimestre 2009.

### → **Les certifications obtenues par l'Aéroport Toulouse-Blagnac**

- Triple certification Qualité (ISO 9001), Sécurité (OHSAS 18001) et Environnement (ISO 14001) : obtenue en février 2005 et renouvelée en juillet 2007 (Audit DNV : Det Norske Veritas).
- Certification du système de gestion de la sécurité par l'OACI (Organisation Internationale de l'Aviation Civile) : obtenue en novembre 2006.
- Approbaton du programme de sûreté de l'aéroport par les services de l'Etat suite à l'instruction menée au cours du second semestre 2007 par les services de la DGAC.
- Certification du système de Gestion de Sécurité en piste (SGS) : délivrée par la DGAC en mars 2008.
- Engagements et certification de services :

Dans le cadre du Plan Stratégique 2009-2013, l'Aéroport Toulouse-Blagnac s'est engagé, en avril 2009, dans une démarche de certification de services.

Il franchissait ainsi une nouvelle étape dans ses engagements envers les usagers, après la mise en place de la marque « Services Aéroport Toulouse-Blagnac ».

Objectif : figurer parmi les aéroports régionaux de référence en Europe en termes de qualité. Un audit de certification et 16 visites mystères ont été réalisés, sur les mois de janvier et février, par l'organisme certificateur SGS, leader mondial.

Le 28 mai dernier, l'aéroport obtenait la Certification de services « Qualicert » pour les Halls A, B et C. Une certification qui traduit une qualité de service constante pour les passagers, accompagnants et attendants.

Le Hall D, quant à lui, pourra être intégré dans le périmètre du certificat lors de l'audit de suivi en février 2011. L'Aéroport Toulouse-Blagnac est le 3e aéroport certifié « Qualicert », après ceux de Lyon et de Nice.

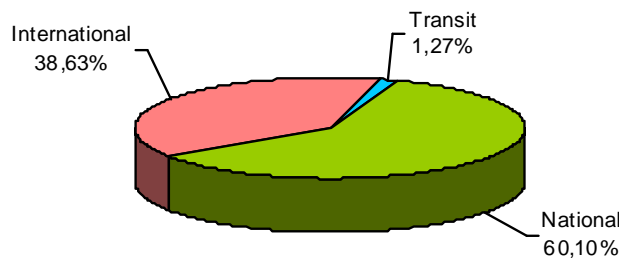


### I.1. Le trafic en 2010

Avec 6 405 906 passagers, le trafic annuel 2010 de l'aéroport enregistre une progression de 1,97% par rapport à 2009. C'est le trafic international qui est le moteur de cette croissance, avec une hausse importante de 6,2 % (2 474 907 passagers).

La tendance est plus contrastée avec le trafic national, qui est en léger recul de 0,7 % sur l'année (3 849 910 passagers). Enfin, l'Aéroport a accueilli 81 089 passagers en transit (+9,6 %).

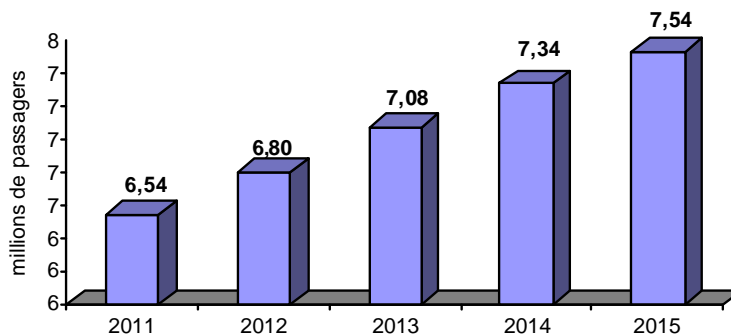
**Répartition du trafic des passagers commerciaux**



### I.2. Les prévisions de trafic

Les études de prévision de trafic envisagent qu'en 2015, l'Aéroport Toulouse-Blagnac devrait accueillir 7,5 millions de passagers.

**Prévisions de trafic passagers**



### I.3. Le réseau des vols

Les différentes compagnies aériennes desservent de nombreuses destinations nationales et internationales au départ de Toulouse-Blagnac :

#### Réseau régulier :

##### → *programme été 2010 :*

- ✈ 28 compagnies aériennes régulières
- ✈ 16 liaisons nationales
- ✈ 31 liaisons internationales (25 vers l'Europe, 5 vers l'Afrique, 1 vers l'Amérique du Nord)

##### → *programme hiver 2010-2011 :*

- ✈ 20 compagnies aériennes régulières
- ✈ 13 liaisons nationales
- ✈ 21 liaisons internationales (16 vers l'Europe, 5 vers l'Afrique)

#### Réseau Vols Vacances :

##### → *programme été 2010 :*

- ✈ 29 compagnies aériennes charters
- ✈ 49 destinations export

##### → *programme hiver 2010-2011 :*

- ✈ 16 compagnies aériennes charters
- ✈ plus de 20 destinations (import, export)

### I.4. Les réalisations 2010

#### → **L'ouverture du Hall D**

Mis en service en mars, le Hall D a été l'événement majeur de l'année 2010 pour l'Aéroport Toulouse- Blagnac. Conçu comme une véritable porte ouverte sur le voyage, ce terminal fait de verre et d'acier a pour vocation d'accueillir le trafic international.



Nouveau centre de gravité de l'aéroport, le Hall D a été pensé pour anticiper le développement du trafic sur le long terme. Il est dédié aux vols européens et internationaux. Une fois l'aménagement de ce terminal achevé, l'Aéroport Toulouse-Blagnac sera dimensionné pour accueillir 8,5 millions de passagers par an. En doublant la superficie de l'aérogare, le Hall D permet d'avancer sereinement vers 2020.

L'esthétique du terminal a été particulièrement soignée et son architecture favorise la luminosité naturelle.

Avec le Hall D, l'Aéroport Toulouse-Blagnac se tourne vers l'avenir.

### **Hall D : les dates importantes**

- Fin 1999 : début du projet
- 15 février 2006 : début du chantier
- Janvier 2010 : fin du chantier
- 21 janvier 2010 : inauguration (1250 invités présents)
- Janvier et février 2010 : tests opérationnels
- 6 mars 2010 : journée portes ouvertes grand public (20 000 visiteurs)
- 10 mars 2010 : mise en service



### **Les chiffres clé du Hall D**

- 40 000 m<sup>2</sup> de superficie
- 103,6 M€ de travaux
- 8 postes avions (dont 4 équipés de passerelles, extensibles à 8)
- 12 banques d'enregistrement (extensible à 24)
- 8 postes de contrôle sûreté
- 1 tapis bagage (extensible à 3)
- 18 000 m<sup>2</sup> de façade vitrée, côté ville
- 2 400 m<sup>2</sup> pour la zone d'embarquement



### **→ Une nouvelle offre de boutiques et services pour les voyageurs**

Avec le Hall D s'est imposée l'idée d'une grande zone commerciale, permettant aux voyageurs de faire des achats et de se restaurer avant leurs vols.

Une surface de 1022 m<sup>2</sup> a été aménagée au cœur de la zone réservée du terminal. Dès le passage des postes d'inspection filtrage du Hall D, les usagers peuvent accéder à six boutiques (vente de souvenirs, d'alcool et de tabac, de parfums/cosmétiques, de bijoux/montres et solaires, de livres et de presse, mais aussi de produits gastronomiques) et au Taste'n'Fly, qui propose une restauration en libre-service.

L'ensemble est disposé autour d'un pôle central équipé de fauteuils rappelant les places de villages chères au sud de la France.

Les commerces sont gérés en majeure partie par l'entreprise The Nuance Group ; Relay France et Eliance venant respectivement compléter les offres presse/livres et restauration libre-service.



### → Routes Europe 2010

L'Aéroport Toulouse-Blagnac a accueilli la cinquième édition de Routes Europe, du 9 au 11 mai dernier. Cette manifestation internationale réunit chaque année les aéroports européens et les compagnies pour favoriser la création de nouvelles lignes aériennes.



Organisée pour la première fois par la France, elle a rassemblé, cette année, au-delà des frontières européennes, avec la présence remarquable d'American Airlines, US Airways (USA), Etihad Airways (Émirats Arabes Unis), Air Transat (Canada), Pakistan International Airlines (Pakistan), Qatar Airways (Qatar), Turkish Airlines (Turquie).

Au-delà des rencontres professionnelles, étaient organisées des visites mettant en valeur les centres d'intérêts de la région : chaînes d'assemblage Airbus et ATR, circuits touristiques, découverte du patrimoine et de la gastronomie, etc.

Objectif atteint, au regard des commentaires des congressistes, qui ont souligné la qualité de l'organisation assurée par les équipes de l'Aéroport toulousain.

En 2010, Routes Europe a permis de mettre en avant Midi-Pyrénées et sa porte d'entrée naturelle, l'Aéroport Toulouse-Blagnac, auprès de décideurs venus de toute l'Europe.



#### **Les chiffres de Routes Europe 2010**

- 800 personnes
- 250 aéroports
- 100 compagnies aériennes
- 30 exposants

### → Assises de la Qualité

Les 6<sup>èmes</sup> Assises Nationales de la Qualité en Aéroport ont eu lieu le 23 mars au Centre de Congrès Pierre Baudis, à Toulouse. Cette rencontre professionnelle, organisée tous les deux ans par l'Union des Aéroports Français (UAF) dans le cadre du Comité National de la Qualité en Aéroport (CNQA), est destinée aux acteurs et décideurs du transport aérien et du tourisme. L'Aéroport Toulouse-Blagnac était coorganisateur de cette édition 2010.

250 personnes ont participé à cette journée dont l'objectif est d'améliorer le service au passager. De nombreux thèmes ont été développés lors des conférences (le partenariat entre les acteurs du transport aérien dans les aéroports, les attentes des passagers, etc.). L'événement s'est achevé par la remise des Trophées de la Qualité.

### → Traitement des bagages hors format

Un dispositif de traitement de bagages hors format a été installé au niveau Départ du Hall D.

A la fin de l'année 2010, ce dispositif a été aménagé au niveau Arrivées. Le hors format permet de livrer les gros colis ou bagages ne pouvant pas transiter par le tapis habituel (n°7). Jusqu'alors, seul le niveau Départ du Hall B possédait ce système. Le tapis n°3 du Hall C a également été rénové, et les tapis n°2 et 4 seront remplacés au premier semestre 2011.



## → Réorganisation du stationnement



L'organisation des parcs autos a été modernisée en 2010. Trois formules sont désormais à disposition des voyageurs : l'Express Parc, pour un stationnement de moins de 3 heures (P0, avec gratuité de la première demi-heure), les Proxi Parcs, qui permettent de se garer près de l'aérogare (P1 et P2) et les Eco Parcs, qui proposent des tarifs économiques (P5 et P6, reliés à l'aérogare par une navette gratuite).

Une nouvelle signalétique guide les usagers dès l'entrée de l'aéroport. Tous les parcs autos sont surveillés 24h/24. Un parc « Professionnels » a également été créé en janvier, au pied du Hall D. Il accueille les motos, les partenaires et les visiteurs de la société aéroportuaire.

## → La voirie s'agrandit

L'ouverture du Hall D a conduit à redimensionner la voirie de la plateforme. Les véhicules arrivant de Toulouse par la voie rapide suivent un nouveau parcours qui les conduit jusqu'au rond-point proche de la tour de contrôle. Ils prennent alors la rampe d'accès menant au viaduc qui dessert le niveau Départ des Halls D, C, B et A. Des zones d'arrêt minute ont été prévues afin de permettre la dépose des passagers. Les taxis sont, quant à eux, situés au rez-de-chaussée du Hall C ; les arrêts de bus tourisme et de la navette acheminant les voyageurs vers les parcs autos P5-P6 ont été déplacés devant le Hall D. Les bus Tisséo stationnent toujours face au Hall B.



## → Davantage de transports en commun

Le réseau des transports en commun desservant l'aéroport s'est étoffé en 2010. Fruit d'une étroite collaboration entre Tisséo et l'Aéroport Toulouse-Blagnac, deux nouvelles lignes ont été créées en novembre, en complément de la ligne de bus n°25 ouverte en septembre 2008.

Désormais, la ligne n°30 relie la zone commerciale de Fenouillet, en passant par Gagnac-sur-Garonne et Lespinasse.

La n°66, quant à elle, fait le lien entre l'arrêt Saint-Cyprien République et l'aéroport, empruntant ainsi l'un des deux tracés à l'étude pour la future ligne de tramway « Envol », qui desservira la zone aéroportuaire et l'aérogare en 2014. La Navette, reprise au début de l'année 2010 par Tisséo, est maintenant assurée par des bus articulés, avec une capacité doublée. Elle relie le centre-ville de Toulouse et l'aéroport à raison d'un départ toutes les vingt minutes. Toutes ces avancées confortent le Plan de Déplacements Entreprises (PDE) élaboré par l'Aéroport Toulouse-Blagnac en 2008-2009. Celui-ci a pour ambition de développer les transports en commun reliant l'aéroport au centre-ville de Toulouse pour les salariés de la plateforme.



### → Bilan Carbone

Un bilan carbone de l'aéroport a été réalisé au cours de l'année 2010. Objectif : identifier les émissions de gaz à effet de serre de la plate-forme, afin de les réduire. Chacun des postes générateurs de carbone a été étudié (énergies consommées, transport fret, matériaux utilisés, déplacements des personnes, déchets, informatique, matériels, constructions et engins).

Le bilan carbone global s'établit à 540 000 téqCO<sub>2</sub> (tonnes équivalent carbone), soit l'équivalent des rejets de 70 000 Français sur 1 an.

Le bilan carbone de la société aéroportuaire – hors immobilisation des pistes et routes –, s'élève à 3 400 téqCO<sub>2</sub> (moins de 3 % du bilan global hors vol). Suite à ces résultats, l'Aéroport Toulouse-Blagnac a entrepris un plan d'actions pour réduire ses émissions et celles de ses partenaires. Il comporte notamment un Plan de Déplacement Entreprises (avec le développement des transports en commun), des achats durables, un audit énergétique des bâtiments mais aussi une étude d'opportunités Energies Renouvelables.

## I.5. 2011 et les perspectives à moyen et long terme

### → Le hall C réaménagé

Suite à l'ouverture du Hall D, l'Aéroport Toulouse- Blagnac a entrepris le réaménagement du Hall C, dans un souci de cohérence avec le nouveau terminal. Les espaces existants du Hall C ont été repensés pour disposer d'installations et d'équipements plus modernes et adaptés aux attentes des usagers.

La galerie commerciale, commune aux Halls C et D - zone d'embarquement, s'étend sur 1650 m<sup>2</sup> depuis l'ouverture de plusieurs commerces dans le Hall C au 1<sup>er</sup> mars 2011.

La boutique de produits régionaux « Spirit of Toulouse » a été déplacée du Hall D vers le Hall C sur une plus grande surface (195 m<sup>2</sup>). Relay a aussi déménagé dans le Hall C et accueille dans son espace la boutique « Stade Toulousain ».

On y trouve donc de la presse, des livres mais aussi des vêtements à l'effigie du club de rugby toulousain. Deux autres commerces se sont installés dans le terminal : « Attitude », un magasin de mode et accessoires, et « Sound & Vision », spécialisé dans le matériel électronique.

De son côté, la Banque Populaire Occitane a installé, fin février 2011, un distributeur de billets. Les passagers peuvent accéder à un espace Selecta avec des distributeurs de boissons et de confiseries et divers automates de services sont également en libre accès (téléphones, bornes internet, etc.). Enfin, la galerie d'art « Art Espace » dispose d'un lieu pour l'exposition et la vente d'œuvres.

Ce réaménagement concerne aussi le salon VIP « La Croix du Sud », qui va quitter la mezzanine du Hall C pour rejoindre la zone commerciale « La Place ». Il s'installera sur une surface plus spacieuse (208 m<sup>2</sup> contre 120 m<sup>2</sup> actuellement) à la fin de l'année 2011.

Une zone de tri bagages pour les hors format est également prévue. Ce système, qui permet de faire transiter les gros colis et objets, est déjà installé dans le Hall B et vient d'être mis en place dans le Hall D. Le Hall C devrait donc avoir son propre système, d'ici fin 2011. Les travaux débiteront en avril, pour une durée de six mois.

### → Low cost : une offre à la carte dans les hall C et D

L'Aéroport Toulouse-Blagnac souhaite proposer aux compagnies low cost des conditions d'exploitation optimales pour favoriser leur développement au départ de la plate-forme.

Ces dernières fondent leur modèle économique sur des coûts de traitement en escale réduits et un temps de rotation optimisé pour leurs avions. Pour répondre à ces attentes, le choix toulousain s'est porté sur une adaptation des infrastructures existantes. Aussi, 4 espaces de pré-embarquement vont être mis en place dans le Hall C. Par ailleurs, les escaliers des pré-passerelles seront modifiés et doublés pour permettre le débarquement et l'embarquement de deux avions en simultané, le tout en 25 mn d'escale. La mise en service est annoncée pour le 31 mars 2011.

Cette démarche sera également déclinée dans le satellite du Hall D, s'intégrant dans le programme global d'aménagement de la zone d'embarquement. Deux salles d'embarquement low cost internationales seront proposées aux compagnies, tandis que deux salles d'embarquement supplémentaires avec passerelles seront aménagées pour traiter les vols « classiques ». Ce chantier devrait être achevé à la fin de l'année 2011.

### → Un nouveau parc autos en silo

Avec la mise en service du Hall D, qui va dynamiser le trafic dans les années à venir, l'Aéroport Toulouse- Blagnac est amené à élargir l'offre de ses parcs autos. Le nouveau parking en silo (futur P2), qui ouvrira en juin 2011, répondra aux attentes des usagers en matière de stationnement de proximité.

Les voyageurs souhaitent pouvoir se garer facilement, et autant que possible près de l'aérogare, afin de mieux gérer le temps d'accès aux bornes d'enregistrement. Construit en face du Hall D, le nouveau parc autos permettra d'accéder au terminal en quelques minutes.

Ce parking couvert de 3200 places est réalisé par trois cabinets d'architecture : Scau (Paris), TSUBA (Lyon) et Azéma Architectes (Toulouse). Quinze entreprises majeures (dont Castel-Fromaget et Seg Fayat) et leurs sous-traitants participent à la construction, débutée fin 2009, et dont la livraison est prévue pour fin avril.

Réalisé dans la continuité du parc autos P1, le futur P2 sera le plus grand parking en structure d'acier d'Europe. De même hauteur que le P1 mais plus large, il sera lui aussi recouvert d'une « enveloppe-peau » perforée en métal. Une volonté de continuité architecturale pour ces deux portes d'entrée de l'aéroport.



Dans cet édifice, les véhicules se déplaceront entre les différents étages via deux rampes vers le niveau supérieur et une rampe vers le niveau inférieur. Les pistes de sortie seront installées à chaque étage avant la descente, afin d'assurer un maximum de fluidité et éviter les embouteillages au rez-de-chaussée. La circulation se fera en sens unique à chaque palier et un guidage à la place permettra de se garer rapidement. Les piétons se repèreront facilement grâce à une signalétique en hauteur et à un cheminement orangé au sol, qui indiquera les sorties. Ils emprunteront les escaliers et les ascenseurs installés sur le côté du bâtiment pour rejoindre l'aérogare.

Une attention particulière a été portée à la dimension environnementale du bâtiment. Des économies d'énergie seront réalisées grâce à l'utilisation d'ampoules basse consommation et à un système automatisé de gradation de la lumière, en fonction de la luminosité extérieure ou de la détection de présence humaine. Un récupérateur d'eau de pluie sera également installé. Il

permettra d'assurer à moindre coût le nettoyage des sols des différents étages. Le parking étant ouvert à 50%, l'air sera naturellement ventilé. Aucune machine ne sera donc nécessaire pour assainir l'air ambiant. Enfin, la toiture du parc autos qui s'étend sur 10 000 m<sup>2</sup> est réalisée en acier résistant pouvant accueillir des panneaux photovoltaïques.

### **Les chiffres clés**

- Bâtiment de 75 m x 135 m
- Budget : 29 M€
- 3200 places, réparties sur 8 niveaux
- Grandes places de 2,5 m de large ; hauteur libre de 2,20 m
- Places handicapées concentrées au rez-de-chaussée et dans les 1er et 2e étages
- Places motos au rez-de-chaussée

### **→ Un nouveau système de paiement et de contrôle d'accès**

L'entreprise aéroportuaire a décidé de faire évoluer le système de paiement et de contrôle d'accès des parcs autos. L'objectif est d'avoir un équipement performant et évolutif, capable de s'adapter aux futures avancées technologiques de paiement sans contact. Le fournisseur choisi est ACS (Affiliated Computer Services), entreprise française leader dans le domaine, qui appartient au groupe américain Xerox. Le système de l'aéroport sera totalement modifié entre les mois de février et septembre. Il sera déployé dans le parc autos P4 (réservé aux salariés de la plateforme), avant d'équiper progressivement tous les autres parcs. En plus du retour au ticket format carte bancaire, avalé par les automates, le système de paiement par carte bancaire aux bornes de sortie sera plus performant et plus rapide. Autre innovation : le taux de remplissage des parcs sera visible sur le site Internet [www.toulouse.aeroport.fr](http://www.toulouse.aeroport.fr) et des tarifs préférentiels pourront être proposés aux passagers qui réserveront leur place par internet. Fin 2011, ils pourront en effet réserver une place au rez-de-chaussée du nouveau parc de stationnement couvert grâce à un système de réservation à distance. De plus, les passagers auront la possibilité de recevoir des alertes sur leur téléphone portable, indiquant à l'avance si un parc autos est plein. Enfin, un système de lecture des plaques d'immatriculation en entrée et sortie permettra une sécurisation des véhicules en stationnement sur les parcs équipés et une meilleure gestion des accès réservés aux professionnels du site.

### **→ Un tramway pour l'aéroport en 2014**

La Communauté Urbaine du Grand Toulouse a validé le projet d'extension du tramway pour desservir l'Aéroport Toulouse-Blagnac. Raccordée à la ligne existante, la zone aéroportuaire sera desservie par la ligne de tramway « Envol » jusqu'aux portes de l'aérogare. Le projet est actuellement en cours et le tracé définitif sera décidé au printemps, au terme de l'enquête publique.



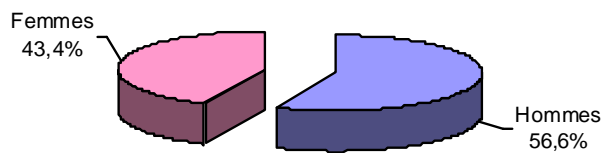
Les travaux débuteront à l'été 2012, pour une mise en service annoncée pour début 2014. C'est la SMAT (Société de la mobilité de l'agglomération toulousaine) qui est le maître d'ouvrage du projet. L'Aéroport Toulouse-Blagnac a exprimé sa satisfaction à l'annonce de la validation de ce projet de raccordement. L'arrivée du tramway devrait en effet permettre de désengorger les axes routiers de la zone aéroportuaire, régulièrement saturés aux heures de pointe.

## II. LA CLIENTELE DE L'AÉROPORT TOULOUSE-BLAGNAC

### II.1. La typologie de la clientèle 2010

Lors de l'enquête qualité menée en novembre 2010, 1013 passagers au départ ont été interrogés en salle d'embarquement, sous forme de questionnaires auto-administrés, au sujet de l'ensemble de leur cheminement, de leur arrivée à l'aéroport jusqu'à leur présence en salle d'embarquement.

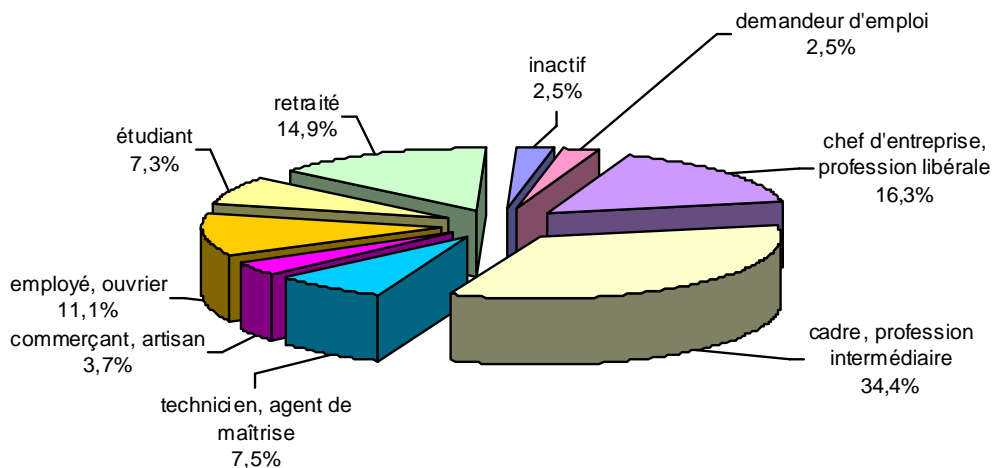
#### a) Sexe



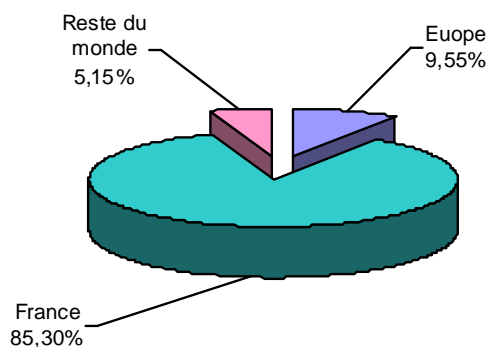
#### b) Motif de voyage



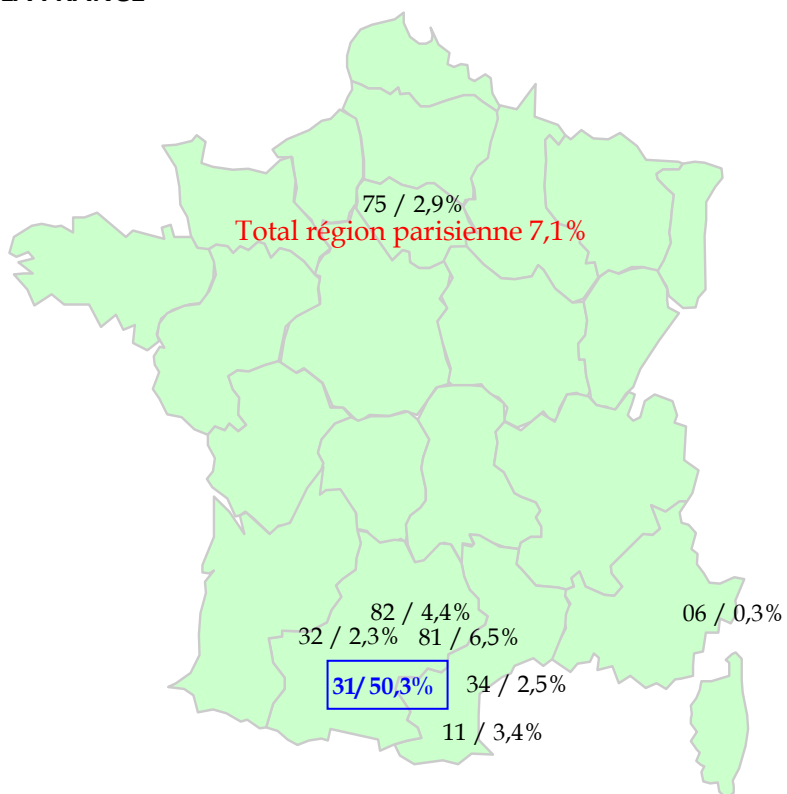
#### c) Catégorie socioprofessionnelle



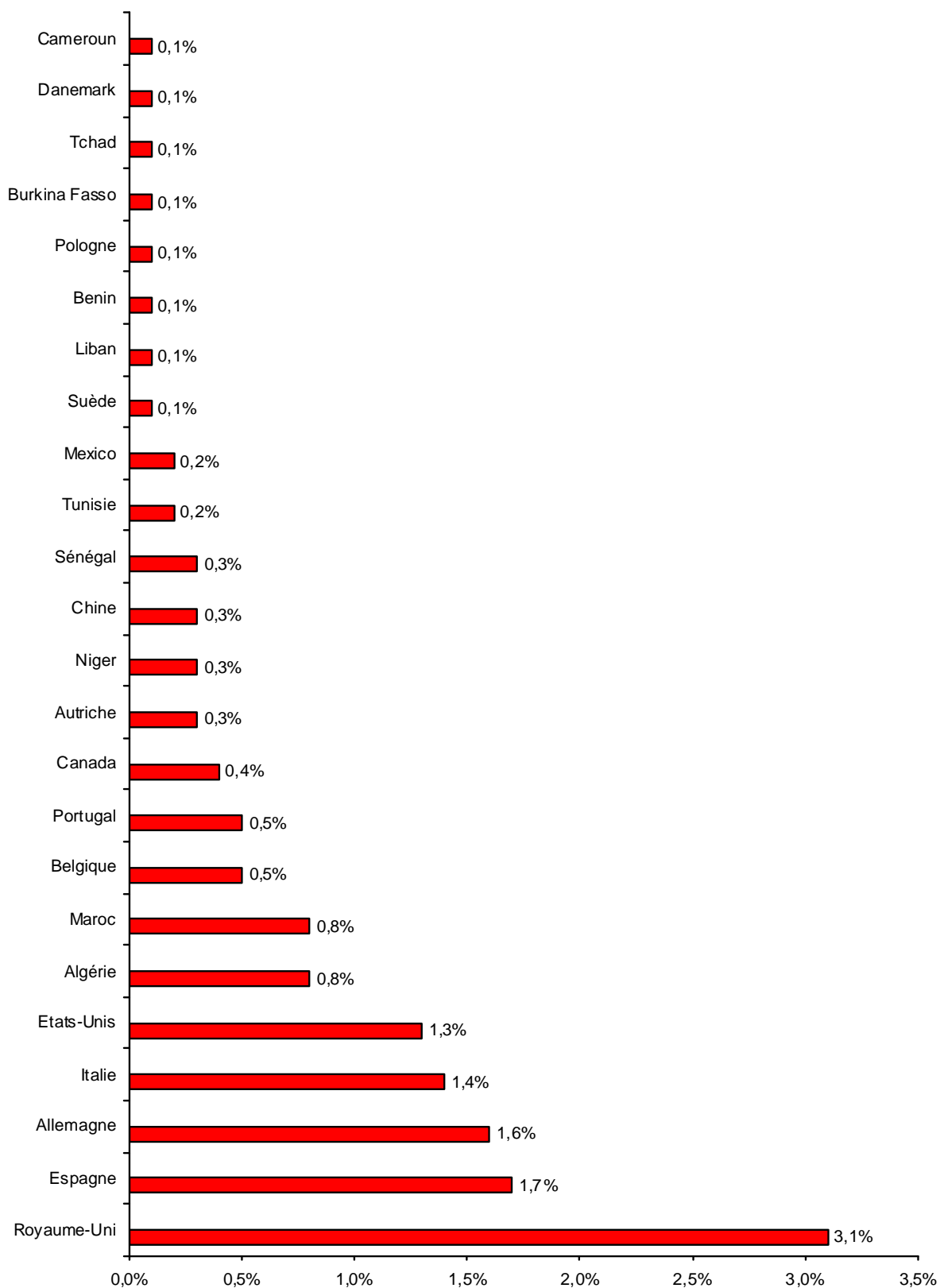
### d) Lieu d'habitation



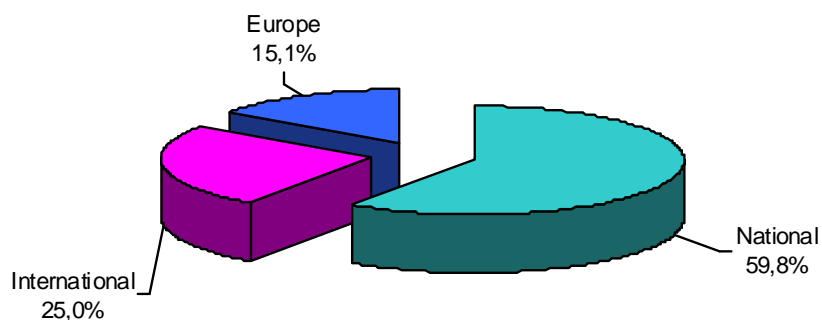
### REPARTITION SUR LA FRANCE



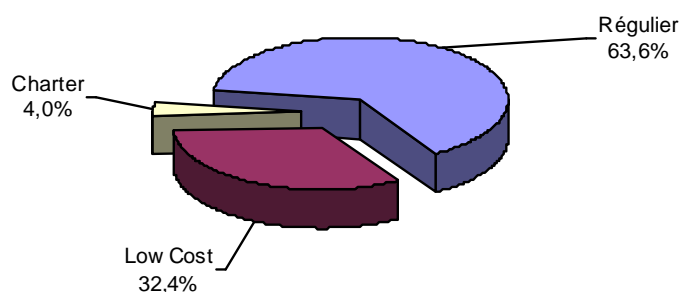
## REPARTITION AUTRES PAYS



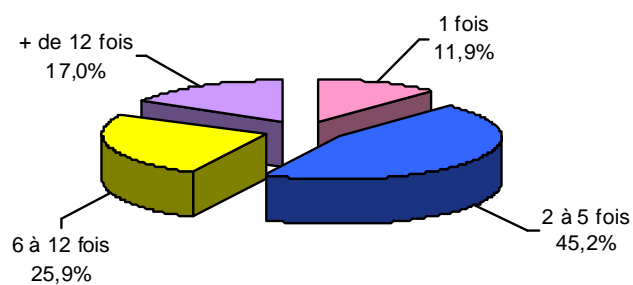
**e) Destination de vol**



**f) Type de vol**



**g) Nombre de vols effectués depuis 1 an au départ de l'Aéroport Toulouse-Blagnac**



## **II.2. La segmentation de la clientèle**

Les activités commerciales implantées dans l'aérogare bénéficient du flux des différents types de consommateurs fréquentant l'Aéroport Toulouse-Blagnac :

- **Les passagers** : ce sont majoritairement des hommes d'affaires appartenant à des classes professionnelles aisées mais auxquels s'ajoutent bien sûr les nombreux passagers loisirs : touristes ou en visite de parents proches (VPP), qui bénéficient de l'offre sans cesse grandissante en terme de vols charters.
- **Les attendants et accompagnants** : ils profitent de leur passage sur l'Aéroport Toulouse-Blagnac pour réaliser leurs achats. On compte environ un accompagnant/attendant pour trois passagers.
- **Le personnel travaillant sur la plate-forme** (estimé à 3800 personnes) : les boutiques et services installés sur le site deviennent par commodité ses commerces de proximité.  
Les principales entreprises de la concession sont :
  - AIR FRANCE
  - les autres compagnies aériennes telles que BRITISH AIRWAYS, LUFTHANSA, REGIONAL, EASY JET...
  - les assistants : MAP HANDLING, AVIA PARTNER...
  - les entreprises de la zone de fret : transitaires, assistants...
  - la société Aéroport Toulouse-Blagnac
  - les sous-traitants sûreté, sécurité, nettoyage,... : BRINKS, ICTS, TFN, SIEMEX...
  - le restaurateur ELIANCE,
  - les loueurs de voitures : HERTZ, EUROPCAR, SIXT, AVIS, CITER, BUDGET,
  - la crèche IMAGIN'AIR.
- **La population active des alentours** (estimée à 4000 personnes) : il s'agit du nombre de salariés employés aux alentours de l'aérogare (rayon de 1 km à vol d'oiseau autour de l'aérogare).

Les principales entreprises des alentours sont : AIRBUS, AEROCONSTELLATION, AIR, DAIMLER BENZ, ROCKWELL COLLINS, SOGECLAIR, DIRECTION DE L'AVIATION CIVILE, France TELECOM, CRCI, NEWREST, TNT....

## II.3. Les attentes de la clientèle - étude ARC d'avril 2003

### a) Passagers au départ

Segment passagers	Vol aller ou retour	Motivation	Attente
<ul style="list-style-type: none"> <li>- International, vacances</li> <li>- Schengen, vacances</li> <li>- Non Schengen, vacances</li> <li>- Eurohub domestique, vacances</li> <li>- Eurohub Schengen, vacances</li> </ul>	Aller	<ul style="list-style-type: none"> <li>- excité</li> <li>- anxieux</li> <li>- a probablement beaucoup de temps</li> <li>- veut arriver en vacances</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>nécessaire de voyage/urgence</b> : médical, toilette, livres, magazines, petits jouets, films, piles</li> <li>- <b>plaisir personnel</b> : appareil photo, équipements électriques, vêtements, maroquinerie, sacs à main, accessoires</li> <li>- « <b>plus</b> » <b>voyage</b> : vêtements décontractés/loisirs, chaussures, lunettes de soleil...</li> </ul>
	Retour	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bien détendu</li> <li>- fatigué des vacances</li> <li>- cherche des souvenirs/cadeaux</li> <li>- beaucoup de temps</li> <li>- toujours d'humeur vacances</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>cadeaux</b> : typiques de Toulouse, chocolats, porcelaine/verre, jouets, parfum, mode française et accessoires</li> <li>- <b>plaisir personnel</b> : souvenirs, montres, bijouterie, articles de voyage, maroquinerie, équipements électriques, accessoires</li> <li>- <b>opportunité, exclusivité</b> : marchandise unique</li> <li>- <b>pratique</b> : toilette</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Domestique, affaires</li> <li>- Schengen, affaires</li> <li>- Eurohub domestique, vacances</li> <li>- International, visite parents proches</li> </ul>	Aller	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tourné vers le voyage</li> <li>- sait où il va</li> <li>- peut être stressé</li> <li>- pressé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>nécessaire de voyage/urgence</b> : médical, toilette, papeterie, journaux, magazines, piles...</li> <li>- <b>cadeaux d'affaires</b> : maroquinerie, alcool, alimentation fine, porte-cartes professionnelles</li> <li>- <b>pratique</b> : vêtements, chemises, cravates, boutons de manchette, accessoires de voyage...</li> <li>- <b>équipement professionnel, matériel électrique</b></li> </ul>
	Retour	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mentalité de travailleur</li> <li>- autopilot</li> <li>- Tired, want to get home</li> <li>- can be urged</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>cadeaux pour épouse/compagnon</b> : bijouterie, parfums, maroquinerie, accessoires, chocolats fins, écharpe...</li> <li>- <b>cadeaux pour la famille</b> : confiserie, jouets, souvenirs de Toulouse...</li> <li>- <b>plaisir personnel</b> : bijouterie, montres, maroquinerie, vin...</li> <li>- <b>pratique</b> : chemises, cravates, peut-être équipements électriques</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Domestique, visite parents proches</li> <li>- Schengen, visite parents proches</li> </ul>	Aller	<ul style="list-style-type: none"> <li>- impatient de voir sa famille</li> <li>- excité</li> <li>- anxieux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>nécessaire de voyage/urgence</b> : médical, livres, toilette, magazines, piles, films</li> <li>- <b>peut-être cadeaux</b> : jouets, confiseries, souvenirs de Toulouse, parfums, maroquinerie</li> </ul>

	Retour	<ul style="list-style-type: none"> <li>- détendu</li> <li>- triste de quitter sa famille mais impatient de rentrer chez lui</li> <li>- peut s'arrêter en zone publique et utiliser la restauration</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>plaisir personnel</b> : parfums, vin, bijouterie, montres, vêtements, accessoires, équipements électriques, maroquinerie</li> <li>- <b>opportunité exclusive</b> : marchandise unique</li> </ul>
- Domestique, privé	Aller	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a probablement le temps</li> <li>- arrive en avance</li> <li>- peut être seul</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>nécessaire de voyage/urgence</b> : médical, livres, toilette, magazines, piles, films, petits jouets</li> <li>- <b>plaisir personnel</b> : équipement électrique, vêtements, maroquinerie, sacs à main, accessoires</li> <li>- <b>peut-être cadeaux</b> : jouets, confiseries, souvenirs de Toulouse, parfum, maroquinerie</li> </ul>
	Retour	<ul style="list-style-type: none"> <li>- impatient de rentrer</li> <li>- centré sur le voyage</li> <li>- peut être seul</li> <li>- veut aller en salle d'embarquement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>plaisir personnel</b> : souvenirs, montres, bijouterie, accessoires de voyage, maroquinerie, équipement électrique</li> <li>- <b>cadeaux</b> : typiques de Toulouse, chocolats, porcelaine/verre, jouets, parfum, vêtements mode et accessoires</li> <li>- <b>pratique</b> : toilette...</li> </ul>

**b) Passagers à l'arrivée**

Segment passagers	Vol aller ou retour	Motivation	Attente
- Affaires	Aller	- veut aller au rendez-vous/hôtel	- <b>cadeaux affaires</b> - <b>papeterie</b> - <b>restauration rapide, confiserie</b> - <b>location de voiture</b>
	Retour	- veut rentrer à la maison - fatigué	- <b>cadeaux pour épouse/compagnon</b> : fleurs, chocolats, jouets, bijouterie, accessoires - <b>pratique</b> : snacks, alimentation, vin, vêtements d'affaires ou de loisirs, chaussures
- Vacances	Aller	- excité - début des vacances - soulagement de l'arrivée - veut aller à l'hôtel/destination	- <b>oublis</b> : médical, crème solaire, toilette - <b>plaisir personnel</b> pour les vacances : vêtements de loisirs, lunettes de soleil, chaussures décontractées, accessoires de ski, maillots de bain - <b>location voiture</b> - <b>agents de voyage, réservation d'hôtel</b>
	Retour	- fatigué après les vacances - veut rentrer à la maison - peut être toujours d'humeur vacancière	- <b>articles basiques pour la maison</b> : nourriture, repas, vin - peut-être <b>bar, café</b>
- Privé, visite parents proches	Non résident de Toulouse	- attendu à la zone d'arrivée - excité de voir sa famille, ses amis	- peut-être <b>quelques petits cadeaux</b>
	Résident de Toulouse	- semblable au passager revenant de vacances - veut rentrer à la maison	- <b>articles basiques pour la maison</b> : alimentation, repas, vin

c) Usagers

Segment	Motivation	Attente
Attendant	<ul style="list-style-type: none"> <li>- content de voir sa famille/ses amis</li> <li>- arrive très en avance à l'aéroport</li> <li>- excité, mais a besoin de quelque chose à faire en attendant</li> <li>- s'attarde au point d'arrivées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>cadeaux pour les arrivants</b> : fleurs, chocolats, parfum</li> <li>- <b>indulgence personnelle</b> : accessoires, livres, musique, vêtements</li> <li>- <b>pratique</b> : médical, toilette, articles pour la maison, alimentation</li> <li>- <b>snacks, cafés</b></li> </ul>
Accompagnant	<ul style="list-style-type: none"> <li>- triste de voir partir sa famille/ses amis</li> <li>- veut passer du temps avec eux</li> <li>- temps à l'aéroport une fois que les passagers sont à l'embarquement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>pratique</b> : médical, toilette, articles pour la maison, alimentation</li> <li>- <b>plaisir personnel</b> : souvenirs, montres, bijouterie, accessoires de voyage, maroquinerie, équipements électriques, accessoires</li> </ul>
Personnel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- à l'aéroport pour travailler</li> <li>- très familier avec l'offre</li> <li>- endroit pratique pour faire ses achats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>articles pour la maison</b></li> <li>- <b>courses alimentaires</b></li> <li>- <b>pratique</b> : chaussures, accessoires, musique, livres, cadeaux</li> <li>- <b>pharmacie, toilette</b></li> </ul>
Visiteur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>voir les avions</b> : excité, veut un souvenir de la visite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>café, restaurant</b></li> <li>- <b>souvenirs</b> de l'aéroport, maquettes d'avion</li> <li>- <b>appareil photo, films, piles</b></li> <li>- <b>indulgences personnelles</b></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>entreprises locales</b> : temps limité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>restaurant</b></li> <li>- <b>pratique</b> : vêtements d'affaires, journaux, livres, toilette, pharmacie, papeterie</li> </ul>

### III. LES ACTIVITÉS COMMERCIALES SUR L'AÉROPORT

Les lieux de transport ne sont pas seulement des lieux d'embarquement et de débarquement. Loin de là... Comme la gare, l'aéroport est un espace privilégié où se concentrent les flux, éléments essentiels d'un centre commercial performant.

En outre, la mobilité professionnelle ne cesse d'augmenter et le « nomadisme » sera l'une des tendances du troisième millénaire. Ainsi, le commerce aéroportuaire constitue une alternative pertinente aux canaux de distribution habituels.

Haut pouvoir d'achat, catégorie socioprofessionnelle élevée, dynamique, multiculturelle..., la clientèle potentielle des aéroports fait partie des cibles privilégiées des enseignes : une catégorie de clients ouverts au commerce, avides de technologies et de produits innovants, prescripteurs dans leur milieu et optimisant leur temps d'attente par l'achat.

Avec un flux de près de 8,4 millions de passagers et accompagnants en 2010, l'Aéroport Toulouse-Blagnac répond à cette définition en offrant un potentiel de clients importants : voilà des conditions idéales pour développer des affaires.

En fonction du type de clientèle que l'on souhaite toucher plus particulièrement, diverses zones comme la zone publique ou la zone d'embarquement permettent de positionner très précisément une activité commerciale.

L'implantation de nouvelles activités commerciales sur l'Aéroport Toulouse-Blagnac poursuit les trois objectifs fixés en matière commerciale :

1. Améliorer la satisfaction des passagers en leur offrant une gamme de produits et services variée et de qualité,
2. Répondre aux évolutions du commerce et notamment intégrer de nouvelles formes de distribution adaptées au contexte du transport aérien,
3. Dynamiser l'image de l'aéroport par une offre commerciale de niveau international compatible avec le développement du trafic aérien.

### III.1. La situation à mars 2011

Plusieurs activités commerciales sont actuellement exploitées au sein de l'aérogare de Toulouse-Blagnac :

#### a) En zone publique

	Enseigne	Activité	Surface de vente indicative*
<b>Boutiques</b> 661 m <sup>2</sup>	<b>RELAY - PAYOT</b>	Presse, livres, tabac, jouets, petite confiserie	200,9 m <sup>2</sup>
	<b>BEAUTY UNLIMITED - L'OCCITANE</b>	Parfums, cosmétiques	130 m <sup>2</sup>
	<b>DONJON</b>	Bijoux, montres	36,8 m <sup>2</sup>
	<b>TIE RACK - ROLLING LUGGAGE</b>	Accessoires de mode, bagages	42,1 m <sup>2</sup>
	<b>DUCS DE GASCOGNE - STADE TOULOUSAIN</b>	Produits régionaux, vêtements Sportswear	114,6 m <sup>2</sup>
	<b>ART ESPACE</b>	Galerie d'Art	136,6 m <sup>2</sup>
<b>Bars et Restaurants</b> 1 382,37 m <sup>2</sup>	<b>MELI MELO (OLIVE &amp; CITRON, COLOMBUS CAFÉ, LA BOITE A PIZZAS, POMME DE PAIN)</b>	Food court **	303,1 m <sup>2</sup>
	<b>Café BACQUIE</b>	Bar **	182,2 m <sup>2</sup>
	<b>STADE TOULOUSAIN</b>	Bar **	160 m <sup>2</sup>
	<b>PAUL</b>	Sandwicherie **	95,6 m <sup>2</sup>
	<b>8<sup>ème</sup> CIEL</b>	Restaurant**	641,47 m <sup>2</sup>
<b>Loueurs de voitures</b> 99,30 m <sup>2</sup>	<b>AVIS-BUDGET</b>	Location de voitures	22,6 m <sup>2</sup>
	<b>EUROPCAR</b>	Location de voitures	22,6 m <sup>2</sup>
	<b>HERTZ</b>	Location de voitures	22,6 m <sup>2</sup>
	<b>NATIONAL CITER</b>	Location de voitures	13,5 m <sup>2</sup>
	<b>SIXT</b>	Location de voitures	18 m <sup>2</sup>
<b>Autres services</b> 441,35 m <sup>2</sup>	<b>HAVAS VOYAGES LA DEPECHE</b>	Agence de voyages	40,2 m <sup>2</sup>
	<b>TRAVELEX</b>	2 comptoirs de change	52,10 m <sup>2</sup>
	<b>BANQUE POPULAIRE</b>	Agence bancaire + Distributeurs de billets	235,9 + 54,59 m <sup>2</sup>
	<b>SELECTA</b>	Distributeurs de boissons et confiseries	≈ 50,4 m <sup>2</sup>
	<b>PHOTOMATON</b>	Photocopies, photos d'identité	3,26 m <sup>2</sup>
	<b>France TELECOM</b>	Téléphones	6 téléphones
	<b>SURFBOX</b>	Bornes internet	≈ 4,9 m <sup>2</sup>
	<b>HUB TELECOM</b>	Wifi Public et professionnel	0 m <sup>2</sup> (antennes)
<b>Total boutiques et services en zone publique :</b>			<b>2 584,02 m<sup>2</sup></b>

\* à l'intérieur de l'aérogare

\*\* comptoir + terrasse + cuisine éventuelle

**b) En zone d'embarquement**

	Enseigne	Activité	Surface de vente indicative*
<b>Boutiques</b> 1366,50 m <sup>2</sup>	<b>RELAY - DUCS DE GASCOGNE</b>	Presse, livres, petite confiserie, produits régionaux	83,7 m <sup>2</sup>
	<b>RELAY - STADE TOULOUSAIN</b>	Presse, livres, petite confiserie	139,60 m <sup>2</sup>
	<b>SPIRIT OF TOULOUSE</b>	Souvenirs et produits régionaux	194,60 m <sup>2</sup>
	<b>ALCOOLS, TABAC, GASTRONOMIE FINE</b>	Alcools, tabacs, gastronomie, confiserie	196,90 m <sup>2</sup>
	<b>PARFUMS ET COSMETIQUES</b>	Parfums, cosmétiques	290,30 m <sup>2</sup>
	<b>TENTATION</b>	Bijoux, montres	82,20 m <sup>2</sup>
	<b>EXPRESS</b>	Alcools, tabacs, gastronomie, confiserie, parfums, cosmétiques	57,00 m <sup>2</sup>
	<b>ATTITUDE</b>	Mode et accessoires de mode	163,90 m <sup>2</sup>
	<b>SOUND &amp; VISION</b>	Produits électroniques	46,80 m <sup>2</sup>
	<b>KIDS</b>	Produits enfants	53,20 m <sup>2</sup>
	<b>ART ESPACE</b>	Galerie d'art	58,30 m <sup>2</sup>
<b>Bars</b> 430,2 m <sup>2</sup>	<b>TASTE'N'FLY (hall B)</b>	Bar / Restauration rapide**	172,60m <sup>2</sup>
	<b>TASTE'N'FLY (hall D)</b>	Bar / Restauration rapide **	257,60 m <sup>2</sup>
<b>Autres services</b> 45,18 m <sup>2</sup>	<b>SELECTA</b>	Distributeurs de boissons et confiseries	37,8 m <sup>2</sup>
	<b>PHOTOMATON</b>	Photocopies, photos d'identité, développement de photos numériques	3,58 m <sup>2</sup>
	<b>France TELECOM</b>	Téléphones	5 téléphones
	<b>SURFBOX</b>	Bornes internet	≈ 3,8 m <sup>2</sup>
	<b>HUB TELECOM</b>	Wifi Public et professionnel	0 m <sup>2</sup> (antennes)
<b>Total boutiques et services en zone d'embarquement :</b>			<b>1 841,8 m<sup>2</sup></b>

\* à l'intérieur de l'aérogare

\*\* comptoir + terrasse + cuisine éventuelle

A mars 2011, toutes zones confondues, les surfaces affectées aux activités commerciales à l'intérieur de l'aérogare de Toulouse-Blagnac se répartissent comme suit :

Boutiques	→ 2027,50 m <sup>2</sup>
Bars et restaurants	→ 1812,57 m <sup>2</sup>
Loueurs de voitures	→ 99,30 m <sup>2</sup>
Autres services	→ <u>486,53 m<sup>2</sup></u>
<b>Total</b>	<b>4 425,90 m<sup>2</sup></b>

### III.2. Les résultats 2010

Les différentes activités commerciales affichent pour l'année 2010 les résultats suivants :

	Chiffre d'affaires 2010 (en milliers d'Euros)	Croissance 2010/2009
Boutiques	14 728 K€	+17,6%
Restauration (bars / restaurants et distribution automatique)	10 005 K€	+20,1%
Loueurs de voitures	39 738 K€	+3,5%
Autres activités commerciales	4 882 K€	+5,2%

### III.3. Les atouts de l'offre commerciale de l'aéroport

- Offre variée, disponible et de qualité,
- Esprit « Voyages » : tous les achats liés au voyage sont possibles dans les boutiques et services de l'aéroport,
- Prix compétitifs : pas plus chers qu'en centre-ville,
- Ouverture 7 j/7 toute la journée (sauf banque et agence de voyages fermées le dimanche),
- Accès routier aisé,
- Au cœur d'un tissu urbain dense,
- Stationnement facile : devant l'aérogare, première 1/2 heure gratuite sur les parcs autos.

### III.4. Les actions de promotion des boutiques et services

Depuis 2000, les partenaires commerciaux (loueurs de voitures, boutiques, bars et restaurants, services financiers et autres services) et la société Aéroport Toulouse-Blagnac élaborent chaque année un plan de promotion afin de développer et soutenir l'activité commerciale de l'aéroport.

Les **objectifs** visés dans cette démarche sont les suivants :

- **féderer** les boutiques et services autour d'une **charte commune**,
- **faire évoluer l'identité visuelle** des boutiques et services,
- **dynamiser l'image** des enseignes,
- réaliser des **animations commerciales**,
- **optimiser la signalétique des boutiques et services** dans l'aérogare,
- mettre en place des **actions fortes de fidélisation de la clientèle et d'élargissement de la cible**.

Afin de contribuer à ces objectifs, voici, pour information, les actions réalisées sur les 5 dernières années :

### **Année 2010 :**

#### → pour les loueurs de voitures :

- **campagne publicitaire** à l'intérieur de l'aérogare (affiches publicitaires + adhésifs au niveau des tapis bagages), sur le site Internet de l'Aéroport et dans les supports de communication de l'Aéroport (ex. : guide horaires, guide du voyageur...),
- mise en place, dans le hall D, de **caissons directionnels** guidant les passagers des portes d'arrivée vers les comptoirs loueurs puis vers leurs parcs rapprochés.



#### → pour les autres boutiques et services :



- création de **nouveaux visuels** pour le 4<sup>ème</sup> écran du téléaffichage de l'aérogare, le site Internet de l'Aéroport et les insertions presse dans les supports de l'Aéroport (ex. : guide horaires, guide du voyageur...),
- déploiement d'une **campagne de communication** à l'intérieur de l'aérogare pour promouvoir le nouveau hall D et ses commerces,
- **réalisation de sacs en papier pour les boutiques,**
- **carte de fidélité pour** les salariés des entreprises basées sur la plate-forme aéroportuaire : intégration des nouvelles enseignes au dispositif + création de lettres d'information...

#### → pour l'ensemble des boutiques et services :

##### **Une nouvelle identité visuelle !**

Avec l'ouverture en mars 2010 d'un nouveau hall de 40 000 m<sup>2</sup> : le hall D, l'Aéroport Toulouse-Blagnac est entré dans une nouvelle dimension.

Spacieux, moderne et innovant, ce nouveau hall permet de proposer à la clientèle une offre de boutiques et de services bien plus diversifiée.

Faire évoluer l'identité visuelle des enseignes est alors apparu comme une évidence, comme pour marquer le changement : le Logo « LA PLACE » vient donc remplacer les identités « Espace Shopping » et « Espace Services ».

L'ensemble des **supports de communication et de promotion existants est à présent adapté à la nouvelle identité visuelle.**



**Année 2009 :**

**→ pour les loueurs de voitures :**

- campagne publicitaire à l'intérieur de l'aérogare, sur le site Internet de l'Aéroport, insertions presse dans les supports de l'Aéroport (ex. : guide horaires, guide du voyageur...),
- mise en place d'une signalétique provisoire de guidage des passagers des portes d'arrivée vers les comptoirs loueurs puis vers leurs parcs rapprochés.



**→ pour les autres boutiques et services :**

- campagne publicitaire à l'intérieur et à l'extérieur de l'aérogare, 4<sup>ème</sup> écran du téléaffichage de l'aérogare, site Internet de l'Aéroport, insertions presse dans les supports de l'Aéroport (ex. : guide horaires, guide du voyageur...),
- réalisation d'une animation commerciale.



**→ pour l'ensemble des boutiques et services :**

- création de lettres d'information pour les salariés des entreprises basées sur la plate-forme aéroportuaire détenteurs de la carte de fidélité pour les personnels.

**Année 2008 :**

- Mise en place d'une animation commerciale sur la thématique du cinéma,



- Création d'une carte de fidélité pour les personnels salariés des entreprises basées sur la plate-forme aéroportuaire,
- Réalisation d'objets publicitaires,
- Mise en place d'une décoration de Noël (« Vivez Noël en rose.. ; »),



- Communication via le site Internet de l'aéroport et via des insertions presse dans les supports de communication de l'aéroport (ex. : TBA, In Toulouse),
- Création et diffusion d'écrans de téléaffichage voués à promouvoir les activités commerciales de l'aérogare.

#### **Année 2007 :**

- Soirée d'inauguration de la nouvelle zone commerciale niveau départs hall B,
- Mise en place d'une animation commerciale sur la thématique des 5 sens,
- Mise en place d'une animation commerciale à l'occasion de la Coupe du Monde de rugby,
- Mise en place d'une décoration de Noël (« Embarquement immédiat pour Neigeville »),



- Mise en place de totems signalétiques pour indiquer les boutiques et services de l'aérogare,
- Réflexion sur la création d'une carte de fidélité pour le personnel de la plateforme,

- Réalisation d'objets publicitaires,
- Communication via le site Internet de l'aéroport et via des insertions presse dans les supports de communication de l'aéroport (ex. : TBA, In Toulouse),
- Création et diffusion d'écrans de téléaffichage voués à promouvoir les activités commerciales de l'aérogare.

 **Année 2006 :**

- Réalisation d'objets publicitaires,
- Mise en place d'une décoration de Noël (« Un Noël multicolore »),



- Mise à jour des plans de localisation des boutiques et services de l'aérogare
- Réflexion sur la création d'une carte « Grands Comptes » afin de fidéliser la clientèle --> non abouti car ne répondant pas à une attente des passagers,
- Réaménagement de la zone commerciale principale niveau départs hall B avec une offre étoffée.
- Communication via le site Internet de l'aéroport et via des insertions presse dans les supports de communication de l'aéroport (ex. : TBA, In Toulouse),

## **2<sup>ème</sup> partie : Que faut-il savoir pour exercer une activité commerciale sur l'aéroport ?**

### **I. NATURE DES ACTIVITÉS**

L'exploitant est libre de proposer les activités (vente de produits ou prestations de services) qu'il souhaite exercer sur l'Aéroport Toulouse-Blagnac, à condition que ces dernières soient de nature commerciale et adaptées aux particularités d'un lieu de transit.

### **II. EXPLOITATION DU POINT DE VENTE**

#### **II.1. Ouverture**

L'Aéroport Toulouse-Blagnac est ouvert au public 365 jours par an.

L'activité se déroule régulièrement de 5h à 24h ; certains jours, des vols au départ comme à l'arrivée peuvent avoir lieu en dehors de ces horaires.

L'intérêt des boutiques et services est de couvrir cette plage horaire 7j/7j du premier au dernier vol. Cependant, selon la nature de l'activité exercée, les heures d'ouverture peuvent être adaptées.

#### **II.2. Personnel**

L'exploitant doit veiller à disposer :

- d'employés qualifiés et en nombre suffisant pour assurer une qualité de service constante,
- de personnels parlant couramment les langues étrangères et au minimum l'anglais,
- de personnels régulièrement formés aux techniques de vente et d'accueil des clients.

#### **II.3. Offre produit**

##### **a) Approvisionnement, étalages**

L'exploitant doit s'assurer que le point de vente est toujours approvisionné en quantité et variété de produits.

Les étalages devront être présentés avec goût et originalité par des spécialistes, donner un aperçu de l'ensemble de l'activité commerciale autorisée, être fréquemment renouvelés et parfaitement entretenus.

## **b) Prix**

La politique de prix doit être cohérente et notamment, ne doit pas se différencier de celle pratiquée en centre-ville dans des boutiques de niveau comparable ; elle doit être une incitation au développement de l'activité.

La société Aéroport Toulouse-Blagnac se réserve le droit d'imposer la vente d'articles déterminés ou d'interdire certains produits non conformes à l'image de marque de l'Aéroport Toulouse-Blagnac.

## **II.4. Qualité-service**

### **a) Politique à mettre en œuvre**

L'exploitant devra communiquer à la société Aéroport Toulouse-Blagnac, la politique commerciale qu'il souhaitera appliquer, en précisant notamment, la gamme des produits proposés, les niveaux de prix et de service. Cette politique commerciale devra être cohérente, dynamique et adaptée au contexte.

L'exploitant devra aussi mettre en œuvre une démarche de qualité de service ayant pour objectif la satisfaction de la clientèle et l'application de la politique commerciale. Afin de s'assurer du respect de cette qualité, l'exploitant devra mettre en place les procédures nécessaires et contrôlera régulièrement leur application.

En complément de ces dispositions, des mesures de satisfaction de la clientèle et de vérification du respect des procédures seront réalisées par la société Aéroport Toulouse-Blagnac. Une participation financière à ces audits qualité pourra être demandée à l'exploitant.

Cette démarche permettra à l'exploitant d'adapter annuellement la politique commerciale définie, de préciser les objectifs de la qualité de service pour répondre aux attentes de la clientèle et, ainsi, d'améliorer les résultats des critères mesurés.

### **b) Réclamations, suggestions**

L'exploitant devra s'engager à répondre par écrit et sous un délai de quinze jours à toute réclamation client.

## **III. CONDITIONS D'OCCUPATION**

### **III.1. Domaine public**

L'Aéroport Toulouse-Blagnac appartient au domaine public de l'État. Pour un exploitant, occupant de ce domaine public, cela sous-entend qu'il ne peut y avoir de notion de « propriété commerciale », de « droit d'entrée », de « fonds de commerce ».

Les autorisations d'occupation sont délivrées pour une durée limitée (cf « **IV.** »).

### III.2. Éléments financiers

En contrepartie de l'autorisation d'occupation et d'exploitation, l'exploitant devra verser à la société Aéroport Toulouse-Blagnac :

- Une redevance annuelle fixe liée au nombre de m<sup>2</sup> occupés, payable par trimestre civil et d'avance,

Type local	Tarifs 2011
Réserve	88,05 € / m <sup>2</sup> / an
Bureaux catégorie 1	152,18 € / m <sup>2</sup> / an
Bureaux catégorie 2	204,16 € / m <sup>2</sup> / an
Surfaces commerciales	252,33 € / m <sup>2</sup> / an
Surfaces comptoirs location voitures	280,28 € / m <sup>2</sup> / an

- Une redevance variable, assortie d'un minimum garanti et proportionnelle au chiffre d'affaires hors-taxé réalisé (à définir),
- En complément aux redevances mentionnées aux paragraphes précédents, l'occupant assure les frais correspondants aux :

#### ✓ Prestations et charges

Tarifs HT à partir du 1 <sup>er</sup> janvier 2011 <sup>(1)</sup>	Surfaces commerciales	Réserves	Bureaux
<b>Impôt foncier</b> <sup>(2)</sup>	51,65 €/m <sup>2</sup> /an	14,35 €/m <sup>2</sup> /an	Catégorie 1 : 30,13 €/m <sup>2</sup> /an Catégorie 2 : 36,16 €/m <sup>2</sup> /an
<b>Collecte et traitement des déchets</b>	2,56 €/m <sup>2</sup> /an <sup>(3)</sup>		
<b>Parties communes</b>	52,07 €/m <sup>2</sup> /an		
<b>Confort Climatique</b>	49,03 €/m <sup>2</sup> /an	12,26 €/m <sup>2</sup> /an	49,03 €/m <sup>2</sup> /an
<b>Chauffage</b>	17,19 € / m <sup>2</sup> / an		
<b>Electricité</b> : locaux sans compteur propre	-	10,01 €/m <sup>2</sup> /an	25,92 €/m <sup>2</sup> /an
<b>Electricité</b> : locaux avec compteur propre	0,15 €/kW		
<b>Eau froide</b>	Refacturée en fonction de la consommation individuelle relevée sur compteur (valeur estimative de 4,34 € / m <sup>3</sup> )		

<sup>(1)</sup> tarifs revalorisés, chaque année, en appliquant la variation annuelle de l'IRL.

<sup>(2)</sup> estimatif 2010 : payé par acompte et régularisé en fin d'année en fonction du montant d'imposition réel.

<sup>(3)</sup> tarif de base soumis à l'application d'un coefficient de pondération (1 à 10) en fonction de l'activité.

- ✓ Dépenses de publicité communes (5 % maximum de la redevance variable),
- ✓ Contrôle qualité éventuel (2 % de la redevance variable).

### **III.3. Travaux (s'il y a lieu)**

L'aménagement de la surface de vente sera réalisé par l'exploitant. Cette surface étant incluse dans un Etablissement Recevant du Public, un dossier de Demande d'Aménagement et de Travaux (DAT), réalisé par le futur exploitant, devra être adressé pour accord au service Sécurité de la société Aéroport Toulouse-Blagnac, avant dépôt en Mairie de Blagnac.

L'exploitant devra faire vérifier ses installations par un organisme de sécurité agréé.

Afin de réaliser une certaine unité architecturale et de décoration, l'aménagement des locaux, les installations à exécuter et le mobilier à mettre en place devront obligatoirement être soumis à l'approbation de la société Aéroport Toulouse-Blagnac – Concessionnaire. Celle-ci pourra aussi obtenir de l'exploitant communication des polices souscrites avec l'entrepreneur afin de s'assurer qu'elles offrent des garanties suffisantes.

Enfin, l'exploitant devra communiquer à la société Aéroport Toulouse-Blagnac le coût total des équipements et installations réalisés suivant les ventilations qui lui seront demandées.

### **III.4. Particularités**

L'exploitant ne pourra prétendre à aucune indemnité en raison soit de l'état des dépendances et installations du domaine de l'aéroport, soit des troubles et interruptions qu'apporteraient éventuellement à son exploitation les conditions de fonctionnement et de gestion de l'aéroport, ou l'évolution de ces conditions :

- L'évolution du trafic aérien,
- L'application des mesures de sécurité, de police, de douane et de circulation,
- Les consignes générales ou particulières,
- L'exécution de travaux sur l'aéroport,
- Une cause quelconque, fortuite ou non, résultant du libre usage des installations communes de l'aéroport et de l'exercice public du transport aérien.

## **IV. DURÉE DE L'AUTORISATION**

L'autorisation d'exploiter une activité commerciale est accordée pour une durée, à définir selon l'activité. Elle est habituellement comprise entre 3 et 7 ans. Elle peut être fonction de la durée d'amortissement des investissements s'il y a lieu.

## 3<sup>ème</sup> partie : Comment poser sa candidature ?

Afin d'étudier la faisabilité de votre projet, il nous est nécessaire de disposer d'un maximum d'informations sur ce que vous souhaitez développer comme activité.

Pour ce faire, voici une liste (non exhaustive) des éléments qui peuvent composer votre dossier :

### → Vos motivations :

- ☞ Pourquoi voulez-vous vous implanter sur l'aéroport ?
- ☞ Quels sont vos intérêts ?
- ☞ Vos projets de développement ?

### → Présentation de l'activité que vous souhaitez exercer :

- ☞ Nature,
- ☞ Produits ou services vendus,
- ☞ Politique de prix,
- ☞ Politique commerciale,
- ☞ Type de clientèle visée.

### → Expérience professionnelle éventuelle dans l'activité :

- ☞ Si vous êtes implanté sur une autre plate-forme aéroportuaire,
- ☞ Si vous avez d'autres points de vente en ville,
- ☞ Si c'est la première fois que vous exercez...

### → Moyens nécessaires à votre activité :

- ☞ Vous faut-il un local ?
- ☞ Si oui, combien de m<sup>2</sup> ?
- ☞ Quelle zone préféreriez-vous : la zone d'embarquement, la zone publique, le hall arrivées ou le hall départs ?
- ☞ Auriez-vous besoin d'une réserve en sous-sol ?
- ☞ Avez-vous d'autres besoins particuliers ?

### → Projet architectural (facultatif) :

- ☞ Quels seraient vos projets d'aménagement ?

### → Prévisionnel d'activité pour les 3 premières années

(cf. modèle de compte d'exploitation prévisionnel en page suivante).

- ☞ Le chiffre d'affaires,
- ☞ La marge commerciale,
- ☞ Le résultat net,
- ☞ Les investissements,
- ☞ Le niveau de redevance commerciale proposé,
- ☞ Le niveau de revenu minimum garanti proposé,
- ☞ ...

## Modèle de compte d'exploitation prévisionnel

en k€ constants	année 1		année 2		année 3	
		% CA		% CA		% CA
+ Ventes de marchandises - (CA)						
• produit 1						
• produit 2						
• produit 3						
• .....						
• total						
- Coût d'achat des marchandises vendues						
<b>= Marge Commerciale</b>						
- Redevance domaniale						
- Charges locatives						
- Autres charges externes						
- Charges de personnel (indiquer effectifs)						
- Impôts et taxes						
- Dotations aux amortissements et provisions						
- Autres charges (frais de structure)						
<b>= Résultat d'exploitation</b>						
- Résultat Financier						
<b>= Résultat net avant redevances domaniales variables</b>						
- Redevances variable (indiquer détail du taux et de la redevance par produit)						
<b>= Résultat avant IS</b>						