



## Paroles de membres actifs.

Le Club des entrepreneurs a choisi de donner la parole à ses adhérents, au moment de franchir un nouveau cap. «*L'intérêt est double*», explique Bruno Allenet, président du Club et délégué régional de Suez. «*Pour les entreprises, c'est une occasion de valoriser leur image à l'international. Pour le Club, c'est un moyen de se faire connaître et d'asseoir sa crédibilité quand il fait du lobbying pour les Aéroports de Lyon. En accroissant ainsi notre notoriété, nous renforçons notre efficacité*». Face aux enjeux qui se présentent, la vitesse supérieure est enclenchée.

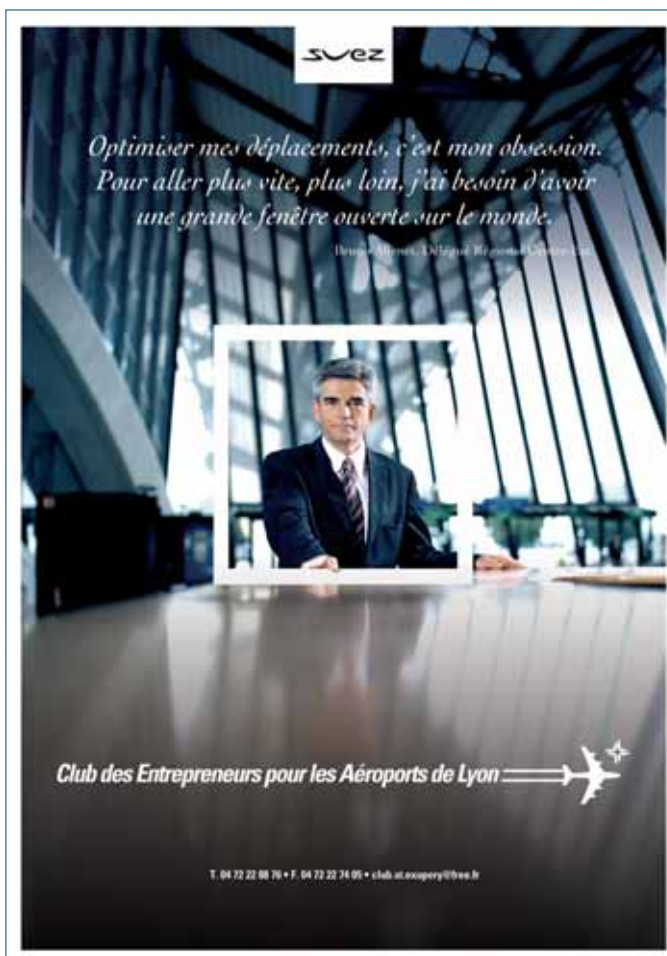
## Lobbying actif.

Le Club des Entrepreneurs a été créé en juillet 2003, suite à une mobilisation de chefs d'entreprises, pour soutenir les projets de développement de l'aéroport. Cette association de lobbying, initiée par le Grand Lyon, la CCIL, la direction de l'Aéroport et une vingtaine d'entreprises fondatrices, a pour objet de mener toute action de nature à faciliter et à accélérer le déploiement de l'Aéroport Lyon-Saint Exupéry, à assurer sa promotion et sa valorisation au profit du développement économique de l'agglomération lyonnaise, de la région Rhône-Alpes et du grand Sud-Est.

C'est inscrit dans ses statuts. C'est aussi ce qu'elle fait depuis plus de quatre ans, avec des résultats concrets. Depuis l'été 2003, le Club s'est, en effet, structuré et est actif aux côtés de l'aéroport, pour l'aider à développer de nouvelles lignes. Il est présent également pour veiller à ce que la qualité des services proposés par Lyon-Saint Exupéry réponde aux attentes des grands voyageurs que sont les entrepreneurs.

## Dans l'intérêt des entreprises.

Le Club a épaulé l'aéroport dans ses démarches pour obtenir l'ouverture de la ligne sur New York-JFK. «*À la demande de la CCIL, nous avons réalisé une véritable étude de marché auprès de nos adhérents, et au-delà, auprès des grands utilisateurs des liaisons transatlantiques. Ensemble, nous avons produit un rapport qui a éclairé la compagnie américaine*», rappelle Bruno Allenet. Dans le cas d'EasyJet, le Club a participé à plusieurs réunions préparatoires. Actuellement, il lance une étude, à la demande de la CCIL, sur les futures lignes low cost à ouvrir en priorité. Sur un autre front, les entrepreneurs



ont travaillé avec Lyon Saint Exupéry pour trouver les moyens de faciliter l'aéroport aux voyageurs fréquents. Cette réflexion a débouché sur la carte Privilyls qui offre un ensemble d'avantages à son détenteur. «*Nous estimons qu'entre les places de parking réservées et le poste d'inspection dédié, le gain de temps est de 30 minutes*», affirme François Gerin, directeur général de Siemens, qui s'est occupé de ce dossier au sein du Club.

## Une force représentative.

Le Club est actif et il obtient des résultats. Pour aller encore plus loin, il a besoin d'étoffer ses effectifs et de renforcer sa notoriété. D'où, l'ambitieuse campagne de communication qu'il vient de lancer. «*Notre objectif est d'élargir le panel des entreprises représentées au sein du Club, d'une part pour obtenir un meilleur retour d'expérience, d'autre part pour être plus représentatif des entreprises du territoire rhônalpin et au-delà* », explique Jean-Roger Revellin, directeur du développement d'em2c, en charge de la communication au Club. «*C'est aussi le moyen d'agir auprès des col-*

*lectivités locales pour leur faire connaître les besoins des entreprises, ainsi qu'auprès des opérateurs comme les compagnies aériennes pour les inciter à ouvrir de nouvelles lignes qui intéressent les entreprises. Nous agissons également auprès de la SNCF pour favoriser la croissance de la gare TGV de Lyon Saint Exupéry, par exemple*». Le travail du Club est concret. Son poids sera d'autant plus significatif que l'association sera représentative de la richesse du tissu économique régional. D'où la multiplication des réunions d'information organisées dans les différentes métropoles de la région.

«*Nous voulons élargir le champ géographique de nos activités*», affirme Jean-Roger Revellin. «*Le développement de l'aéroport est l'affaire de tous les grands voyageurs de Rhône-Alpes. Le moment est venu de franchir le pas et de rejoindre le Club des entrepreneurs pour les Aéroports de Lyon*». ■

## APPEL À TÉMOIN

«**UNE GRANDE CAMPAGNE DE COMMUNICATION DONT VOUS POUVEZ ÊTRE LE PRINCIPAL ACTEUR**»

Le Club des entrepreneurs pour les Aéroports de Lyon a choisi de donner la parole à ses adhérents. En les mettant volontairement en avant de la scène médiatique, la communication puise sa force, son impact et la crédibilité de ses propos dans la présence de chacun et le nombre de participants. En présentant chaque nouveau témoin, sans distinction de taille d'entreprise, comme faisant partie d'un même élan, le Club valorise la qualité de ses membres actifs et la raison d'être de son action.

À travers le témoignage de ses adhérents, le Club montre combien il faut désormais compter avec lui.

La campagne va conjuguer différents media et outils de communication : annonces presse en pleine, demie ou quart de page ; cartes postales mises à disposition dans les terminaux ; lettres d'information ; sites internet, ainsi qu'une plaquette de présentation du Club pour illustrer son action : plaquette largement diffusée dans laquelle figureront également des témoignages mettant une nouvelle fois en scène les «entrepreneurs-adhérents».

Pour participer à la campagne de communication du Club, trois montants sont arrêtés : 2 500, 3 500 ou 4 500 €. Si, bien sûr, les montants supérieurs génèrent une meilleure visibilité, ils permettent aussi aux plus petites entreprises un accès à la campagne.

Pour adhérer et participer à l'action du Club et devenir pleinement un acteur de la campagne, c'est simple, il vous suffit de prendre contact avec le Club. Le Club vous présentera dans les plus brefs délais les modalités de votre participation.

Une campagne pour le Club qui devient également un formidable vecteur de communication pour les entreprises et leur présence à l'international. ■

**Contact :**  
Tél. 04 72 22 88 76  
[www.club.st.exupery.fr](http://www.club.st.exupery.fr)  
<http://www.club.st.exupery.fr/>

## De nouvelles lignes «affaires» en 2008.



En 2007, l'Aéroport Lyon-Saint Exupéry a battu de nouveaux records, en franchissant notamment, pour la première fois de son histoire, la barre des 7 millions de passagers. 2008 s'annonce encore plus dynamique, avec une croissance à deux chiffres. Cette prévision repose en particulier sur la montée en puissance des nombreuses lignes ouvertes cet hiver (11 au total) et sur les futures destinations qui vont venir étoffer le réseau, dans les mois prochains. D'ici l'été, Lyon sera ainsi relié en direct à toutes les capitales et aux principales métropoles régionales européennes, mais également à Moscou et à New York. Au printemps, la création d'une base par la

compagnie low cost EasyJet va s'accompagner de l'ouverture de sept nouvelles lignes, et dans le même temps d'un redéploiement sans précédent de l'offre d'Air France qui vient de fêter le 10<sup>ème</sup> anniversaire de son Hub et qui demeure le numéro un à Lyon. Il est certain que cet élargissement du marché et le renforcement de la concurrence entre transporteurs aériens de premier plan ne peut qu'être bénéfique pour les voyageurs d'autant que cette nouvelle donne se traduit à la fois par une offensive sur les prix et une densification des dessertes. Les premiers bénéficiaires sont évidemment les voyageurs d'affaires qui représentent plus de la moitié du trafic de l'aéroport lyonnais. Il n'est donc pas étonnant que le Club des Entrepreneurs aie pris une part active, au côté des services des Aéroports de Lyon, dans les négociations avec les compagnies aériennes. «*En nous impliquant au côté de l'aéroport et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon, nous avons voulu démontrer à chacune des compagnies que la communauté économique était derrière son aéroport*», affirme Bruno Allenet, délégué régional de Suez en Centre-Est et Président du Club des entrepreneurs. Pour le compte de la CCIL, le Club a notamment réalisé une étude de marché notamment sur les USA auprès des voyageurs fréquents de la région et il sonde actuellement ses adhérents sur les nouvelles destinations low cost. ■

## Un programme immobilier aux standards internationaux.



Si, le 16 octobre dernier, certains membres du club ont participé à la pose de la première pierre du Hub Business, c'est que le Club des entrepreneurs, une fois encore, a été, dans ce dossier, un acteur décisif. «*Le développement de la plateforme aéroportuaire est une des conditions essentielles de la réussite des entreprises rhônalpines à l'international*», rappelle Daniel GOUFFE, président de l'ERAI. La création de cet ensemble immobilier s'inscrit, en effet, dans le cadre général de l'amélioration et du développement de l'Aéroport Lyon Saint Exupéry destiné à devenir rapidement la grande fenêtre sur le monde avec une perspective de 10 millions de passagers en 2012. Le programme est ambitieux. Il représente un investissement de plus de 80 millions d'euros et s'articule autour de trois éléments majeurs. C'est d'abord un ensemble de trois immeubles de bureaux de plus de 10 000 m<sup>2</sup> de surface. C'est ensuite un hôtel quatre étoiles prestigieux, sous l'enseigne du groupe espagnol NH Hoteles de 245 chambres et suites et 2 000 m<sup>2</sup> de salles de réunions. C'est enfin, un ensemble de quatre jardins orientés plein sud entourant les

bâtiments de bureaux et offrant ainsi des espaces paysagés qui seront appréciés par les utilisateurs. L'ensemble se dresse en parallèle du parking souterrain P1 de 2 000 places qui a été inauguré le 4 février dernier. Le Hub Business quant à lui entrera en fonction fin 2009. ■



## L'aviation d'affaires décolle...

A l'origine, le Club des Entrepreneurs a centré son action sur Lyon-Saint Exupéry. Désormais, elle englobe aussi Lyon-Bron, comme le souligne d'ailleurs sa nouvelle appellation : «*Club des entrepreneurs pour les Aéroports de Lyon*». «*Nos adhérents ont envie d'un aéroport d'affaires à l'image de Lyon*», explique Olivier GINON, président de GL events. «*Depuis deux ans, le trafic affaires de l'Aéroport Lyon-Bron s'envole. Grâce à une offre de transport élargie et une qualité de service considérablement améliorée, l'aviation d'affaires devient une réalité pour un nombre croissant d'entrepreneurs de la région lyonnaise*». L'aviation d'affaires peut se révéler dans certains cas une alternative à la «*ligne régulière*», comprenant les vols nationaux bien entendu. ■

## Privilys ou l'aéroport simplifié pour les grands voyageurs.



La carte Privilys s'adresse en premier lieu aux voyageurs fréquents. Comme son nom le laisse entendre, elle offre à son détenteur un ensemble de facilités. Cette carte, proposée depuis peu par l'aéroport, est une réponse à une demande du Club des Entrepreneurs. «*Qu'attendent les grands voyageurs dans un aéroport ? Gagner du temps et être sécurisés*», explique Michel Rivoire, directeur des infrastructures et du patrimoine de Biomérieux, chargé du dossier Privilys au sein du Club. «*Privilys nous garantit de pouvoir toujours trouver une place de parking, même aux heures de pointe, et de passer les contrôles de sécurité plus rapidement par un accès réservé aux seuls porteurs de la carte*». «*Nous estimons que nous économisons ainsi une demi-heure*», précise François Gerin, directeur général de Siemens, en charge du groupe de travail «*services aux passagers*». Les grands voyageurs ont tendance à toujours calculer leur temps de déplacement au plus juste. Même en cas d'afflux important de voyageurs, la carte offre un réel confort et permet de leur éviter le stress. À cela l'aéroport a ajouté un ensemble d'avantages tels que des remises dans les boutiques, un tarif préférentiel pour l'accès au salon VIP Mont-Blanc, un accès gratuit et permanent au Centre de services et d'information de l'aéroport... Ces services peuvent se révéler pour eux aussi, bien pratiques. «*Au retour d'un vol long-courrier, cela peut-être agréable de prendre une douche avant de rejoindre son bureau*», reconnaît François Gerin. Un dernier point : cette carte ne coûte que 120 euros par an. Elle est offerte aux membres du Club des Entrepreneurs. (Certaines prestations restent payantes : parking, accès salon... et sont facturées en fin de mois, d'où la nécessité de recourir au RIB).. ■

