



REFERENTIEL "FOIRES DE FRANCE"
Version au 28 février 2008
mise à jour faite en mars 2011
 (75 critères)

Référent 1 : L'offre commerciale	
1-1 La Foire Exposition est un acteur important de la vie locale et régionale	Discriminant
1-2 L'offre commerciale grand public propose un niveau de choix rencontré habituellement dans la région (sauf pour des raisons dûment justifiées). L'organisateur se rapproche si besoin est des acteurs économiques de la région pour identifier avec précision cette offre commerciale.	Standard
1-3 Cette offre est complétée, dans la mesure du possible , dans les secteurs majeurs par une offre complémentaire inhabituelle à la région	Standard
1-4 L'offre commerciale est composée d'un nombre suffisant de secteurs au regard de la multi spécialité qui caractérise la Foire Exposition	Discriminant
1-5 Dans chaque secteur, l'offre est suffisamment représentative de la diversité et de la concurrence. L'organisateur a le souci de la qualité et de la compétitivité des exposants	Discriminant
1-6 L'organisateur incite ses exposants à proposer des bonnes affaires ou des services ajoutés à l'occasion de la Foire Exposition. Il rappelle aux exposants leurs obligations en matière d'information du consommateur.	Discriminant
1-7 L'organisateur se réfère, pour l'offre de ces exposants, aux trois grandes familles de la nomenclature d'une foire élaborée par FSCEF et qui sont : <ul style="list-style-type: none"> • Confort de vie • Style de vie • Vie et société 	Standard
1-8 L'organisateur s'engage à promouvoir une restauration de qualité dans chaque gamme de prix	Standard
Référent 2 : L'ambiance	
2-1 L'organisateur a la volonté d'une ambiance générale vivante et animée en interagissant sur ses éléments constitutifs (Thème attractif annuel, animations, sonorisation, démonstrateurs, stands animés)	Standard
2-2 Chaque édition de la Foire- exposition comporte un thème annuel ou une actualité annuelle qui peut être culturel, touristique, festif ou dédié à un secteur de la Foire Exposition	Standard
2-3 Un programme d'animations contribue au climat vivant et détendu sur l'ensemble de la foire et de sa durée.	Discriminant
Référent 3 : Agencement et mise en scène	
3.-1. L'organisateur facilite, par tout moyen qu'il juge adéquat, la lisibilité, de l'offre de la foire-exposition (commerciale, divertissement) afin de permettre au visiteur de « construire » sa visite en fonction de ses centres d'intérêt.	Standard
3-2 L'organisateur facilite l'orientation des visiteurs par la juste combinaison des différents supports de signalétique en vue de répondre à la diversité des comportements des visiteurs : <ul style="list-style-type: none"> 3-2-1 Signalétique directionnelle et de situation claire et spécifique (secteurs, attraction, animations, sorties, toilettes, point secours, points informations) 3-2-2 Panneaux plan de site (Vous êtes ici) pour les Foires de plus de 15 000 m² de surfaces facturées 3-2-3 Points d'information 	Discriminant
3-3 L'organisateur soigne l'aménagement des espaces communs.	Standard

3-4 L'organisateur livre des infrastructures de stands de qualité aux exposants	Discriminant
3-5 L'organisateur traite les entrées du site et la Foire en général, de façon conviviale et festive afin d'en favoriser l'impact événementiel sur le visiteur	Plus
3-6 L'organisateur adopte des éléments de décors renouvelés et en cohérence avec les éléments majeurs de communication.	Plus
3-7 L'organisateur incite les exposants à améliorer la qualité de leurs stands. Au besoin, il les conseille dans cette démarche	Discriminant
Référent 4 : Accueil visiteurs	
4-1. L'organisateur facilite l'accès des visiteurs à la Foire par des moyens appropriés au regard du site où la manifestation se tient : dessertes en transport collectif, places de parking en nombre suffisant, signalétique dans la ville et dans les gares.	Discriminant
L'organisateur met à disposition des visiteurs :	
4-2 Des toilettes (standards et handicapés) réparties sur toute la surface d'exposition et en nombre suffisant. Elles seront entretenues en permanence durant toute la manifestation	Discriminant
4-3 Des espaces de repos	Standard
4-4 Un espace dédié aux enfants	Plus
4-5 Des points d'accueil et d'informations judicieusement répartis au sein de la manifestation.	Discriminant
4-6 Un point rencontres,	Plus
4-7 Des caisses en nombre suffisant en vue de limiter l'attente,	Discriminant
4-8 Un guide de la Foire Exposition (papier ou sur internet) comprenant au moins : la liste des exposants (alphabétique et/ou par secteurs), le programme des animations, un plan du site détaillé faisant figurer l'emplacement du commissariat général, du point rencontres, du poste de secours, des distributeurs automatiques, des toilettes et de l'éventuel « service consommateur » de la Foire ou des Associations de consommateurs présents sur la Foire.	Discriminant
4-9 L'organisateur s'engage à garantir l'accessibilité de l'intégralité du site aux handicapés	Discriminant
4-10- L'organisateur s'engage à faire ses meilleurs efforts pour favoriser le règlement de tout conflit ou litige qui surviendrait entre visiteurs et exposants sur les ventes réalisées pendant la foire	
Référent 5 : Gestion et accueil des exposants	
5. L'organisateur favorise la recherche d'efficacité de ses clients partenaires et exposants en les sensibilisant à la nécessité de préparer en amont leur participation par : - la définition d'objectifs - la mise en place d'un plan d'actions correspondant - permettant de mesurer, a posteriori, si les objectifs de participation ont été atteints ou non (indicateurs de performance) Cette sensibilisation peut se faire par tout moyen : courrier, internet, formations, réunions commerciales, etc.	Standard
5-1 L'organisateur confirme systématiquement par écrit son inscription effective à la Foire à chaque exposant dont le dossier a été définitivement validé	Discriminant
5-2 L'organisateur conçoit un guide de l'exposant lui permettant d'optimiser sa participation (liste d'hôtels, rappel de ses obligations au point de vue réglementaire et de la sécurité, informations pratiques relatives à la manifestation...)	Discriminant
5-3 L'organisateur propose des services complémentaires à l'exposant pour qu'il rentabilise sa participation à la foire. Ces services peuvent éventuellement se décliner d'après les travaux de FSCEF en matière de mesure de l'efficacité (guides conseils, système expert).	Plus
5-4 L'organisateur organise la présence sur la foire exposition d'un service « consommateur » animé par l'organisateur lui-même ou par des représentants d'associations de consommateurs ou autres.	Plus
5-5 L'organisateur informe chaque exposant de son emplacement précis et des dates de montage suffisamment à l'avance pour lui permettre d'organiser son montage	Discriminant
5-6 L'organisateur envoie à l'exposant les cartes d'invitations suffisamment à l'avance pour être exploitables sous réserve de paiement des factures à l'échéance prévue ; les badges exposants peuvent être envoyés à l'avance ou remis aux exposants lors de leur arrivée pour le montage de la foire	Discriminant
5-7 Le stand est livré à l'heure prévue par le contrat avec les prestations demandées	Discriminant

par l'exposant, sous réserve de paiement des factures à l'échéance prévue	
5-8 Dès le début du montage	
5-8-1 Les sanitaires sont ouverts	Discriminant
5-8-2 La sonorisation générale est en état de fonctionner,	Discriminant
5-8-3 Les heures d'ouverture et de fermeture des halls sont communiquées à chaque exposant	Discriminant
5-8-4 Chaque stand reçoit un mot de bienvenue ou est accueilli par du personnel de l'organisateur	Plus
5-8-5 L'organisateur met à disposition sur site du personnel propre à gérer les difficultés de dernières minutes	Discriminant
5-9 L'organisateur met en place un gardiennage	Discriminant
Référent 6 : Communication	
6-1 Communication Exposants : la foire est présentée comme une plate-forme d'échanges qui met en contact des produits, des services et des marques, avec les consommateurs	Discriminant
6-2 Communication Visiteurs : elle est le reflet d'un subtil équilibre entre une promesse commerciale et une promesse de divertissement	Discriminant
6-3 L'organisateur s'engage à informer les visiteurs notamment par son site Internet et sur les supports distribués au public, sur les conditions dans lesquelles s'effectuent les achats sur la manifestation en insérant la mention suivante : <i>"Les achats effectués sur la foire, à l'exception de ceux faisant l'objet d'un contrat de crédit à la consommation, et de ceux résultant d'une invitation personnelle à se rendre sur un stand pour venir y chercher un cadeau, ne sont pas soumis aux articles L 311-10 et L 311-15 (délai de rétractation de sept jours) du code de la consommation."</i>	discriminant
6-4 Un plan de communication précise le dispositif media et hors media déployé sur la zone de chalandise en amont et durant la manifestation (affichage, presse, radio, TV, marketing direct, Web, Relations presse, communication événementielle...)	Discriminant
6-5 Le budget de communication (hors animations) représente au minimum 8 % du budget global de la manifestation	Discriminant
6-6 L'organisateur mène au moins tous les deux ans une enquête portant sur les visiteurs à partir d'un tronc commun de questions et une méthodologie fournis par FSCEF. Il communiquera ses résultats à FSCEF	Discriminant
6-7 L'organisateur mène au moins tous les deux ans une enquête portant sur les exposants à partir d'un tronc commun de questions et une méthodologie fournis par FSCEF. Il communiquera ses résultats à FSCEF.	Discriminant
6-8 L'organisateur suit régulièrement l'évolution de sa zone d'influence et les attentes de la population concernée	Discriminant
6-9 L'ensemble des outils de communication décline de façon coordonnée l'axe retenu, afin d'optimiser la cohérence et donc la lisibilité du message	Discriminant
6-10 L'organisateur communique sur le Web le contenu détaillé de la Foire Exposition via un site individuel ou collectif et l'indique dans sa communication	Discriminant
6-11 L'organisateur communique son appartenance à FSCEF auprès des exposants et via son site Internet	Discriminant
6-12 L'organisateur participe à la promotion du label « Foires de France » en : > faisant mention du label sur la plupart de ses documents de communication > par l'intermédiaire d'au moins un des supports suivants : - affichage (8 à 10% du parc d'affichage doit être réservé aux affiches Foires de France fournies par FSCEF) - courrier adressé aux exposants expliquant ce qu'est le label Foires de France (modèle de lettre fourni par FSCEF) - présentation du label sur leur site internet - présentation du label auprès des médias (presse, TV) Cette promotion du Label Foires de France concerne les exposants comme les visiteurs.	Discriminant
6-13 Lorsque l'organisateur communique sur sa manifestation, il s'appuie sur les chiffres certifiés dans le cadre du contrôle légal L'utilisation du chiffre de la fréquentation doit être assorti de la définition des termes employés.	Standard
6-14 L'organisateur s'engage à participer à l'élaboration des statistiques nationales de la filière.	Standard
Référent 7 : Réglementation, usages de la profession	
7-1 L'organisateur doit respecter la sûreté des personnes, les conditions d'hygiène et	Discriminant

la sécurité des biens et des personnes conformément à la réglementation en vigueur	
7-2 L'organisateur s'engage à appliquer les usages de la profession reconnus au sein de FSCEF	Discriminant
7-3 L'organisateur s'engage à faire contrôler les résultats chiffrés de sa manifestations (exposants, surfaces, visiteurs, fréquentation) par un organisme certificateur conformément à la réglementation des foires et salons en vigueur.	Discriminant
7-4 L'organisateur se doit de vérifier l'existence légale de chaque exposant	Standard
7-5 Les techniques de vente à la postiche sont proscrites	Discriminant
7-6 L'organisateur a le souci des méthodes de vente des exposants et les sensibilise notamment pour les secteurs considérés comme à risques, par tout moyen (réunion d'information, guide exposant, lettres, rendez-vous) sur le respect du règlement général en matière de conditions commerciales de vente et sur les sanctions qu'il prendra à leur encontre en cas de non-respect.	Discriminant
7-7. L'organisateur doit prendre des mesures pour lutter contre la vente des titres d'accès à la sauvette	Standard
7-8. L'organisateur s'engage à prendre toutes les mesures pour faire respecter la réglementation relative à l'interdiction de fumer dans les établissements recevant du public.	Standard
7-9. L'organisateur respecte la Charte professionnelle prévue par FSCEF sur l'hygiène et la sécurité des salariés en situation de coactivité pendant les opérations de montage et de démontage des foires et salons	Standard
Référent 8 : Développement durable	
8-1 Sur les différents aspects de l'organisation de la manifestation, l'organisateur s'engage à avoir une démarche en phase avec les exigences de protection de l'environnement et à inciter les différents publics (fournisseurs, prestataires, partenaires, exposants et visiteurs) à suivre cette démarche	Plus
8-2 L'organisateur s'engage à être attentif au caractère recyclable des matériaux utilisés pour l'aménagement, la décoration, la signalétique..., et à veiller aux économies d'énergie et de matières	Plus
8-3 L'organisateur s'engage à mettre en place des dispositions particulières visant au tri et à la valorisation des déchets	Plus
8-4 L'organisateur doit favoriser l'utilisation des transports en commun	Plus
8-5 L'organisateur doit proposer de larges amplitudes horaires de livraison pour faciliter les tournées des prestataires quand cela est possible et que les circuits de livraison n'ont pas d'incidence sur la circulation des visiteurs	Plus
8-6 L'organisateur doit désigner un responsable des questions de développement durable	Plus
8-7. Pour la restauration dont il est à l'origine, l'organisateur doit privilégier les menus de saison et les produits locaux ou ceux issus du commerce équitable	Plus
8-8. L'organisateur doit proposer un maximum de support de communication sous format numérique et proposer une solution d'inscription en ligne pour les exposants. Pour les éditions « papiers », lorsqu'elles sont indispensables, l'organisateur s'engage à privilégier les « éco-produits » (papier recyclé, sacs réutilisables ou 100 % biodégradables...) et les « éco-labels » (Imprim'vert...)	Plus