

Vers un nouvel essor du tourisme d'affaires

Après le creux du début des années 2000, le tourisme d'affaires confirme son embellie avec un volume global de neuf milliards d'euros en 2007. Mais si Strasbourg a longtemps été un des moteurs de ce secteur, d'autres régions françaises et européennes se sont positionnées - avec succès - sur ce créneau. D'où la réaction des professionnels et des pouvoirs publics alsaciens pour dynamiser la filière du tourisme d'affaires dont le poids économique est considérable. >>

Strasbourg et sa région possèdent de nombreux atouts qui la placent en destination privilégiée du tourisme d'affaires. Mais dans un contexte fortement concurrentiel, un repositionnement s'impose pour maintenir ce rang. Clé de voûte du dispositif mis en œuvre par les professionnels et les collectivités, le Bureau des Congrès (Convention Bureau) a vocation à promouvoir la destination. État des lieux.



RÉCEPTIF DE NOMBREUX CONGRÈS INTERNATIONAUX SE PROFILENT À STRASBOURG DANS LES QUATRE PROCHAINES ANNÉES

Face à la concurrence, Strasbourg se repositi

En 2007, les entreprises françaises et étrangères établies en France ont dépensé un volume global de neuf milliards d'euros sur le marché du tourisme d'affaires, soit une hausse de près de 3 % par rapport à 2006 (source Coach Omnium). Un chiffre qui situe l'intérêt majeur du tourisme d'affaires en termes de retombées économiques en France. Ce secteur contribue en effet à la puissance et au positionnement économique de la région. Les retombées directes et indirectes générées par la venue des congressistes sont considérables. Avec un taux de croissance de près de 3 % par an, le tourisme d'affaires représente environ 20 % du chiffre d'affaires dans l'ensemble des activités touristiques en France. Toutes les études montrent qu'un touriste d'affaires dépense presque trois fois plus qu'un touriste d'agrément.

D'autre part, une fois qu'ils ont découvert une ville ou une région, les participants à un événement ou une manifestation reviennent souvent en famille. Preuve en est que les équipements destinés à recevoir des manifestations professionnelles constituent un facteur d'attractivité. Dans les faits, le tourisme d'affaires va du voyage de stimulation au lancement de produits en passant par l'organisation de séminaires. Il englobe aussi les congrès, les salons, les conventions et autres événements liés à l'entreprise.

120 CENTRES DE CONGRÈS EN FRANCE

Avec plus de 80 parcs d'exposition, dont trois de plus de 100 000 m² et plus de 120 centres de congrès, la France se positionne comme l'un des leaders mondiaux pour l'organisation de foires, salons et congrès. Strasbourg se situe dans

le peloton de tête des régions françaises. En 2007, les demandes commerciales enregistrées au Palais de la Musique et des Congrès ont progressé de 24 % par rapport à 2006, notamment le segment des congrès qui affiche une hausse sensible de 40 %. Grâce à un potentiel de près de 7 000 chambres, hôte de grandes institutions internationales, Strasbourg se place ainsi en destination privilégiée, au même niveau que d'autres grandes villes européennes. À son actif notamment, le congrès national des notaires, celui des experts-comptables ou encore le congrès des agents de voyage ASTA.

LES SERVICES COMME AVANTAGE CONCURRENTIEL

Malgré ce constat, la concurrence nationale et étrangère ne cesse de se renforcer. « Alors que Paris, Nice

et Strasbourg dominaient le marché, il y a vingt ans, une vingtaine de villes sont en compétition aujourd'hui, sans compter les pays émergents, observe Claude Feurer, directeur général de Strasbourg Événements. L'offre en équipements de congrès est devenue pléthorique. Nous ne sommes plus seulement en concurrence avec Lyon, Lille ou Toulouse mais aussi avec Vienne, Berlin, Montréal, Barcelone, Paris et Londres. Avec le PMC, nous disposons d'un outil de premier plan capable d'accueillir jusqu'à 3 000 congressistes. Et nous comptons beaucoup sur la mise en place du Convention Bureau pour vendre la destination Strasbourg. Il s'agit avant tout de mieux coordonner les actions et de fédérer les opérateurs du secteur, de concentrer les moyens pour la promotion. L'objectif est également de faciliter l'organisation d'événements. Aujourd'hui, ce qui fait la différence, ce sont les services. Le Convention Bureau doit se positionner comme le guichet d'entrée unique

>> 3 QUESTIONS À...

Philippe Choukroun, directeur du Comité Régional du Tourisme

En matière de tourisme d'affaires, le CRT a-t-il déjà pris des initiatives ?

En effet, nous avons créé un atelier d'affaires en 1990 réunissant notamment les hôtels trois et quatre étoiles, les centres de congrès de Strasbourg, Mulhouse et Colmar, les agences réceptives et les transporteurs pour constituer une plateforme commune en l'absence d'un Convention Bureau. Nous avons également conçu des brochures et un site, participé à des salons internationaux à Genève, Francfort ou Paris.

Le Convention Bureau change-t-il la donne ?

Il devrait contribuer à ce que nous soyons encore plus compétitifs en matière de tourisme d'affaires. En travaillant à l'amélioration de la qualité des services proposés par l'ensemble de la profession, notamment en matière d'accueil -un chantier prioritaire partagé par tous- le Convention Bureau nous permettra de mieux nous positionner face à la concurrence des autres grandes villes comme Londres, Bruxelles ou Francfort.

Qu'attendez-vous du Convention Bureau ?

Le bureau des congrès devrait donner une place élargie à l'offre alsacienne. Il a vocation à servir l'ensemble de la région. Par ailleurs, avec Alsace International et les CCI, le CRT peut également générer du tourisme d'affaires. L'attrait touristique joue un rôle très important dans la motivation à se déplacer.

Le Convention Bureau, un rôle de facilitateur

Le Convention Bureau sera implanté dans le quartier du Wacken, à proximité du Palais de la Musique et des Congrès. Constitué sous forme d'association de droit local, il disposera d'un budget de 550 000 € et d'une équipe dédiée de quatre personnes. La Ville et la Communauté

Urbaine de Strasbourg, la Région Alsace et le Conseil Général du Bas-Rhin la CCI ainsi que des groupements professionnels participeront à son financement. Le Convention Bureau sera notamment investi d'un rôle de facilitateur auprès des organisateurs (étude de faisabilité pour

les clients, élaboration du cahier des charges, soutien des candidatures, visite d'inspection des infrastructures d'accueil correspondant au projet du client, mise en relation avec les pouvoirs publics locaux).

● CONTACT ● Laurent Le Sager
llesager@strasbourg-events.com

onne

et neutre pour les organisateurs de manifestations professionnelles. Il doit surtout apporter une valeur ajoutée en termes de services et être source d'idées. Ses prestations intègrent des études de faisabilité d'un événement, la recherche des hôtels disponibles, l'accessibilité, la mise en place d'un programme d'attraction touristique, ceci en liaison avec les professionnels. » L'enjeu est de taille : repositionner Strasbourg comme pôle international des réunions économiques. « Notre objectif est de passer de 12 à 20 % de manifestations internationales, annonce Claude Feurer, et de 23 à 30 % de manifestations nationales. »

VERS UNE OFFRE « PACKAGÉE »

Autant dire que le Convention Bureau arrive à point nommé pour gagner la bataille que se livrent les villes de congrès. « En tout cas, c'est une manière de valoriser les

atouts de notre région et d'intensifier son rayonnement international, souligne Philippe Colson, directeur général de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin. Le tourisme d'affaires est une industrie à part entière. Il dynamise l'hôtellerie, la restauration, les commerces et différents services comme le transport, l'animation, les visites touristiques. Les dépenses des congressistes représentent un apport conséquent pour l'économie locale et régionale. Sans compter l'impact en image au-delà des frontières. Nous allons donc nous impliquer fortement dans la mise en place du Convention Bureau en participant notamment à son fonctionnement. La CCI investira cette année 35 000 € dans ce projet. À nous de nous montrer offensifs en misant sur l'offre « packagée » (sites + hôtels + transports + extras) et en fédérant les professionnels autour d'un plan d'actions. Il nous faut aussi améliorer le dispositif global d'accueil et travailler à l'optimisation des infrastructures de transports.

La plate-forme aéroportuaire et la gare TGV sont en première ligne dans cette démarche. La création d'une cellule d'observation économique intègre également cette stratégie. À terme, elle devrait permettre d'affiner les statistiques disponibles sur le secteur des réunions économiques. » Autant d'initiatives portées par les professionnels et les collectivités qui devraient conforter le rang de Strasbourg parmi les principales villes de congrès en Europe.



>> TÉMOIGNAGES

Michel Weber Directeur commercial du Bischenberg (Bischofsheim)

Objectif 2011



« Depuis 1971, nous sommes spécialisés dans l'accueil de séminaires et de congrès. Nos capacités en témoignent : 14 salles, 85 chambres, un restaurant de 250 couverts. Ces infrastructures seront renforcées à l'horizon 2011 : un amphithéâtre de 300 places, 25 salles de réunion, trois salles de restaurant et 170 chambres.

Cet investissement va permettre à notre établissement certifié ISO 9001 d'accroître sa capacité et passer de 50 000 à 120 000 congressistes par an. Dans cette perspective, nous attendons beaucoup du Convention Bureau, en particulier pour accentuer les synergies entre les différents partenaires. »

Sylvie Zimmermann Responsable commerciale Royal Palace (Kirwiller)

Une clientèle d'affaires internationale

« Nous travaillons beaucoup avec la clientèle d'affaires en provenance de France mais aussi d'Allemagne, Suisse, Belgique et Luxembourg. Notre salle de spectacles peut être louée à des congrès

et accueillir jusqu'à 987 personnes. La prestation peut intégrer un déjeuner ou un dîner-spectacle. Nous allons clairement renforcer ce positionnement dans les années à venir. »

Michel Baly Directeur des Hôtels et Résidences Diana à Molsheim

Les ressources ne manquent pas

« Le tourisme d'affaires, c'est 40 % de notre chiffre d'affaires. Un chiffre en baisse depuis quelques années. L'activité business se concentre aujourd'hui sur deux jours par semaine (mardi et mercredi). C'est pourquoi nous comptons beaucoup sur le Convention Bureau pour

relancer ce secteur. A Molsheim, nous mettons en avant notre implantation géographique pour séduire la clientèle : qualité de l'hôtellerie, proximité de la Route des Vins, dynamisme du bassin d'activités entre Entzheim et Molsheim. Les ressources ne manquent pas. »

Alain Daul Responsable événementiel Hager (équipements électriques) à Obernai

La diversité est de mise

« Nous organisons en moyenne une centaine de visites de sites par an pour nos clients. Pour répondre aux attentes de ses clients, Hager a intégré un service événementiel. Nous prenons tout en charge : le choix de l'hôtellerie et de

la restauration, le programme de divertissement. Dans notre région, on est plutôt bien servi. Mais nous sommes constamment à l'affût de nouveautés. Car dans le domaine des rencontres économiques, la diversité est de mise. »

Manuela Kayser Directrice commerciale de l'Hôtel Régent Petite France et de l'Hôtel Régent Contades à Strasbourg

L'effet TGV est indéniable



« Nous enregistrons un nombre croissant de demandes provenant de Paris pour des journées d'études et des séminaires résidentiels. Tous les segments de clientèles sont en progression, grâce à la communication faite autour de l'arrivée du TGV.

Le tourisme d'affaires représente près de 65 % de notre chiffre d'affaires, auquel il faut ajouter une clientèle

d'habités pendant les sessions du Parlement Européen et du Conseil de l'Europe. Notre atout : privilégier une offre de qualité grâce à la rénovation, tous les ans, de nos établissements. Cette année, plus de 20 chambres seront complètement redécorées. Nous attendons avec impatience l'ouverture du Convention Bureau qui nous apportera une plus grande visibilité encore. »

Pierre Muller Directeur de l'Hôtel Muller à Niederbronn-les-Bains

Une offre sans cesse renouvelée

« Le tourisme d'affaires correspond à plus de 30 % de notre résultat. Nous cherchons à renouveler sans cesse notre offre pour fidéliser la clientèle. Nous avons

ainsi créé une « business card » pour nos clients réguliers et misons beaucoup sur Internet pour développer notre clientèle et optimiser nos infrastructures. »

www.alsameeting.com

Ce site commun aux trois CCI d'Alsace recense centres de congrès, hôtels ou tout autre équipement, plus d'une centaine d'établissements en Alsace.

 CONTACTS
 CCI

 Cordula Riedel,
 directrice Tourisme
 Nathalie Schneider,
 Marc Liebrich,
 conseillers Tourisme,
 03 88 75 25 66

>> EN ALLEMAGNE

Pour les vacances, les rives ensoleillées de la Méditerranée... Pour les séminaires, conventions ou salons professionnels en revanche, les Allemands plébiscitent à une écrasante majorité (70 %) l'Allemagne comme destination favorite. Accessibilité, infrastructures adaptées, effet Coupe du Monde de football expliquent en partie le boom du tourisme d'affaires Outre-Rhin.*

Le tourisme d'affaires made in Germany capte toutes les attentions

Au top des villes organisatrices de salons, congrès et autres foires figurent, depuis plusieurs années déjà, Berlin, Francfort, Cologne/Düsseldorf, Hambourg et Munich. Des villes historiques et des adresses connues dans le monde entier. Dans ce marché très courtisé et porteur d'emplois, l'Allemagne se taille une part de lion. « Avec 6 000 établissements pouvant accueillir des manifestations professionnelles, l'Allemagne est le numéro un mondial pour l'organisation de foires et salons et le leader européen des colloques. Cette tendance ne devrait pas être démentie dans les prochains mois. Les experts prédisent une croissance générale du secteur, et en particulier de celui des meetings et des séminaires. Nous restons donc très optimistes », explique Ute Stegmann, en charge du marketing pour le German Convention bureau e.V.

neutre entre le demandeur et le prestataire et apporte aide et conseils aux entreprises qui souhaitent organiser un événement dans le pays. Si le GCB œuvre à l'échelle du pays, nombreux sont les établissements qui disposent de leur propre bureau des congrès. Berlin, Francfort, Stuttgart ou encore Karlsruhe. La Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH prévoit d'ouvrir un Convention Bureau au deuxième semestre 2008. « L'objectif est de proposer dans un lieu unique toute une série de prestations et de fidéliser notre clientèle », selon Martin Wacker, porte-parole du centre des congrès de Karlsruhe.

575 MILLIONS DE DÉPLACEMENTS D'UNE SEULE JOURNÉE ET 71,5 MILLIONS DE NUITÉES

Le tourisme d'affaires représente 29 % du secteur touristique allemand. Une part plus importante que ses voisins européens (source: TNS/GCB). Plus généralement, le marché du voyage d'affaires est estimé à 63,3 milliards d'euros. Un volume considérable.

• SITE • www.gcb.de

* Sondage TNS Infratest 2007

FIN DE DOSSIER

>> TENDANCE

Conjuguer travail et loisirs

Allier travail et divertissement, un concept qui séduit de plus en plus d'entreprises allemandes. Pour clore leurs meetings, elles apprécient les soirées thématiques à l'instar de celles organisées par Europa-Park : fiesta espagnole, soirée grecque, show cirque d'Europe, etc. Le parc dispose de toutes les infrastructures adaptées à la tenue de réunions et de conférences, hébergement inclus. Sans oublier, pour les participants, un passage obligé par les trains fantômes et vertigineux grand-huit qui font le succès du parc de loisirs.

• CONTACT •
confertainment@europapark.de
www.confertainment.de
Tel. +49 78 22 77 67 88

PRÉSENTER L'ALLEMAGNE SOUS SON MEILLEUR JOUR

Pour réussir dans ce domaine très concurrentiel, la République Fédérale applique ses recettes: soutien des pouvoirs publics, promotion cohérente, hôtels de grande capacité, offre structurée. Et pour les entreprises, un guichet unique regroupant tous les acteurs concernés du pays. Un rôle endossé par le German Convention Bureau e.V. (GCB). Cette cellule, marquée par un partenariat public-privé, assure « une promotion harmonisée de l'offre MICE (Meetings, Incentives, Congrès, Events) sur les marchés allemand et étrangers pour positionner le pays comme destination idéale pour la tenue de séminaires, colloques ou foires », précise Ute Stegmann. Le GCB agit aussi comme maillon


Voyager, ce n'est pas simplement aller du point A au point B
Voyager fait rimer travail et plaisir

**Hilton Strasbourg,
votre adresse pour une réunion réussie!**

Pour fêter l'arrivée du printemps, nous vous offrons
la décoration florale de votre salon ou de votre pause café.

**Réservez dès à présent au 03 88 37 41 37
en demandant l'offre Point Eco!**





Hilton
Strasbourg

Plus qu'un voyage : un dépaysement*
243 chambres & suites - 15 salles de réunion
Traiteur organisateur de réceptions - Plateaux repas
Brasserie - Table gourmande - Piano Bar

hilton.fr

Hilton Strasbourg, Avenue Herrenschmidt 67000 Strasbourg Tél: 03 88 37 10 10

*Offre valable pour toute nouvelle réservation effectuée pour la période du 1^{er} mars au 31 mai 2008

hilton hospitality, inc