

# Rapport d'activités 2014



## Editorial de Robert HERRMANN, Président du Strasbourg Convention Bureau

Les membres du Conseil d'Administration (CA) du Strasbourg Convention Bureau (SCB) m'ont élu, au 1<sup>er</sup> juillet 2014 au poste de Président, succédant ainsi à Jacques BIGOT, qui avait présidé le SCB depuis sa création en 2008. Je tiens particulièrement à saluer le travail réalisé depuis sept ans par l'équipe dynamique et professionnelle du SCB, dont les résultats ont toujours répondu aux attentes de ses adhérents.

L'année 2014 a été rythmée par plusieurs bonnes nouvelles dans le secteur du tourisme et de la meeting industry :

- l'aéroport de Strasbourg est désormais le plus compétitif de France en termes de taxe aéroport, grâce au soutien de ses actionnaires (Eurométropole de Strasbourg, Région Alsace, Conseil Général du Bas-Rhin et Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg), ce qui a permis de soutenir la dynamique nouvelle insufflée depuis 2012 et notamment la création à Strasbourg d'une base spécifique d'une nouvelle compagnie aérienne inaugurée le 10 avril 2015.
- Strasbourg figure parmi les rares grandes agglomérations françaises où le secteur de l'hôtellerie est en progression,
- la destination a été élue « meilleur marché de Noël » en décembre 2013 et en 2014,
- le Palais de la Musique et des Congrès poursuit sa rénovation et son extension tout en continuant d'accueillir des grands événements, comme la première édition du symposium international Energivie,
- le SCB a accompagné 375 projets et a mené 13 actions de promotion au niveau national et international, avec l'accent mis sur la cible des associations et fédérations professionnelles allemandes, qui portent un intérêt particulier à notre territoire, pour y tenir leur congrès.



Robert HERRMANN

En 2015, le SCB poursuit ses actions en son nom propre et sous la bannière Meet in Alsace.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015, l'Eurométropole de Strasbourg a succédé à l'ex-Communauté Urbaine. Ce nouveau statut, marqueur de notre positionnement européen et transfrontalier et de l'importance prise par les villes dans le développement des territoires, doit aussi être l'occasion de définir ensemble un projet de territoire fédérateur, avec comme ambition d'inscrire Strasbourg parmi les grandes métropoles économiques européennes. Dans ce contexte, nous devons porter une attention toujours plus forte au tourisme d'affaires strasbourgeois et rechercher, avec l'ensemble des acteurs, comment être plus efficace et plus efficient : la réflexion sur les structures de tourisme, les perspectives de financement via les cotisations au SCB et l'évolution de la taxe de séjour sont des chantiers importants qui seront menés cette année.

Les défis ne manquent pas et j'ai besoin de l'action de tous, des membres du Conseil d'Administration aux membres adhérents au SCB, pour permettre la mise en œuvre de projets et la mobilisation autour de l'évènementiel strasbourgeois.

Pour conclure, je souhaite vous inviter à trois rendez-vous incontournables de l'année 2015 qui se dérouleront à Strasbourg : en mai, le 111<sup>ème</sup> Congrès des Notaires de France, en juillet le festival et congrès mondial Saxopen et, en octobre, France Meeting Hub. Cet événement majeur, qui viendra conclure le Contrat de Destination, est mené en partenariat avec Atout France et l'Agence d'Attractivité de l'Alsace ainsi que les agglomérations de Colmar et de Mulhouse. Plus d'une centaine de professionnels du tourisme d'affaires sont attendus, venant d'Europe mais aussi du Brésil, de Russie, d'Inde, de Chine : il s'agira d'un magnifique coup de projecteur sur notre territoire !

# SOMMAIRE

## I. Le Strasbourg Convention Bureau, une porte d'entrée et un acteur incontournable en Alsace

<b>A) Vie de l'Association</b> .....	<b>4</b>
Newsletters mensuelles	
Outils de promotion	
Réunions d'information	
Benchmarking	
<b>B) Démarche de promotion collective</b> .....	<b>7</b>
Le SCB fédère un réseau de professionnels	
Le SCB fait partie d'un réseau de professionnels locaux, nationaux, internationaux	
My Ticket	

## II. Le Strasbourg Convention Bureau, entreprenant et à l'écoute

<b>A) Nos cibles géographiques</b> .....	<b>10</b>
Marché national	
Marchés européens	
<b>B) Nos cibles fonctionnelles</b> .....	<b>14</b>
Des agences événementielles et de tourisme d'affaires	
Des associations nationales et internationales	
Des entreprises	
Des prescripteurs locaux	
<b>C) Le SCB présent dans la presse MICE</b> .....	<b>15</b>
Presse nationale	
Presse internationale	
Accueils Presse	
Annonces presse	

## III. Plan d'actions partagé au niveau régional

<b>A) Contrat Cadre de Destination "Tourisme d'Affaires" Alsace 2013-2014-2015</b> .....	<b>19</b>
<b>B) Communication</b> .....	<b>20</b>
<b>C) Les actions complémentaires Meet in Alsace 2014</b> .....	<b>20</b>
Salon national	
Salon international	
Eductours / présentations de la destination Alsace	
Roadshow	

## IV. Les chiffres clés en 2014

<b>A) Promotion et prospection</b> .....	<b>21</b>
Actions de promotion	
Presse	
Site internet	
Campagne d'e-mailing	
Réseau d'adhérents	
Editions et goodies	
<b>B) Accompagnement de projets</b> .....	<b>22</b>
Graphiques des projets réalisés	
<b>C) Observatoire économique</b> .....	<b>24</b>
Estimation des retombées économiques pour les projets accompagnés par le Strasbourg Convention Bureau	
Graphique des raisons des échecs	
Résultats de l'ORTA	

34, rue du Tivoli  
FR 67000 Strasbourg  
Tél. +33 (0)3 88 13 41 30  
Fax +33 (0)3 88 16 56 82  
contact@mystrasbourg.com  
www.mystrasbourg.com

Association inscrite au registre des associations  
du Tribunal d'Instance de Strasbourg  
Volume 86 Folio 48 - SIRET 503 961 955 00021

## I. Le Strasbourg Convention Bureau,

# une porte d'entrée et un acteur incontournable en Alsace

### A) Vie de l'Association

Les diverses opérations de communication, de promotion et de prospection du Strasbourg Convention Bureau (SCB), permettent à la destination de bénéficier d'une image dynamique et engagée, dans la continuité du développement de la stratégie touristique des institutions locales.

Cet organisme neutre et objectif a pour partenaires institutionnels :



Le soutien de la région s'inscrit, depuis 2013, dans le cadre du Contrat de Destination. Les trois collectivités territoriales de Strasbourg, Colmar et Mulhouse ont également abondé à ce contrat, ce qui a permis une montée en puissance des actions menées sous la bannière « Meet in Alsace ».

Le SCB est composé d'une équipe de 4 professionnels du tourisme d'affaires, de locaux situés à Strasbourg dans le quartier du Wacken et d'un budget de 512 000 €.

En 2014 le SCB a tenu 3 bureaux élargis, 2 Conseils d'Administration et 1 Assemblée Générale, le 1er juillet 2014. Lors de cette Assemblée Générale, le nouveau Conseil d'Administration a été élu pour une période de 3 années. Il se compose de seize membres :

- Communauté Urbaine de Strasbourg : M. Robert Herrmann - Président
- Groupement des Hôteliers Restaurateurs et Débitants de Boissons du Bas-Rhin : Mme Véronique Siegel – Vice-Présidente
- Strasbourg événements – M. Claude Feurer - Trésorier
- Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin : M. Thomas Riegert - Secrétaire
- Ville de Strasbourg : M. Eric Elkouby
- Conseil Régional d'Alsace : Mme Marie-Reine Fischer
- Conseil Général du Bas-Rhin : M. Jean-Philippe Maurer
- Chambre d'Agriculture du Bas-Rhin : M. Jean-Paul Bastian
- Chambre de Métiers d'Alsace : M. Jean-Louis Freyd
- Agence d'Attractivité de l'Alsace – M. Philippe Choukroun
- Agence de développement touristique du Bas-Rhin – M. Bernard Fischer
- Office de Tourisme de Strasbourg et de sa région – M. Jean-Jacques Gsell
- Traiteur Effervescence : M. Jean-Luc Jaeger
- Agence Destination : Mme Ulrike Leibrecht
- Groupement National des Chaînes Hôtelières : M. Patrick Libs
- Restaurant Zuem Strissel : M. Marc Faller

L'Assemblée Générale du 1er juillet 2014 a également été l'occasion de dresser **un bilan du SCB suite à ses 5 années de fonctionnement**, de 2008 à 2013. En voici les éléments clés :

- **1 500 projets accompagnés**, dont 15 % proviennent de l'international
- **720 projets concrétisés**, pour un taux de concrétisation annuel situé entre 43 et 55 %
- **53 millions d'euros de retombées économiques**
- **240 000 journées d'affaires** (congrès, convention, incentives, banquets...)
- **3 500 contacts actifs** au 31.12.13 dont :
  - **63 % sont français et 17 % sont d'origine germanique** (Allemagne et Autriche)
  - **51 % travaillent dans des agences, 36 % dans des sociétés, 6 % dans des associations, 5 % dans des organismes publics, 2 % dans des structures variées** (free-lance...)



Salon Bedouk 2010

Le SCB a participé à 50 actions de promotion entre 2008 et 2013, ce qui représente :

- **2 000 contacts** directement issus des salons, 700 des workshops, 123 des autres manifestations
- **15 éducteurs** ont permis de faire découvrir la destination à 110 organisateurs d'événements, dont 80 % venaient de l'international

Le SCB a été cité dans plus de 120 articles dont 15 dossiers spéciaux. Le site internet [www.mystrasbourg.com](http://www.mystrasbourg.com) comptabilise 522 413 pages vues, a été visité 102 015 fois et 22.34 % de ces visites se sont faites depuis l'international.



Salon IMEX 2012



Salon Réunion 2013

## Newsletters trimestrielles

Le SCB s'engage à informer l'ensemble de ses adhérents de ses actions en diffusant une newsletter trimestrielle dans laquelle apparaissent les informations suivantes : les activités de l'association, les opérations à venir, la fréquentation du site internet et les parutions dans la presse.

## Statistiques adhérents

Les adhérents reçoivent tous les 3 mois les statistiques les concernant : nombre de visites de leur page sur mystrasbourg.com, nombre d'e-mails reçu via notre site, nombre de redirections de notre site vers leur site et les projets pour lesquels les adhérents ont été recommandés auprès de clients potentiels.

## Notification de réalisation d'un projet

Dans le cadre du suivi des projets traités par le SCB, les adhérents retenus pour un projet sont prévenus par une notification envoyée par mail. Cette notification a pour but d'informer qu'à un moment donné dans la mise en place de l'événement, le SCB a recommandé les adhérents auprès des clients.

## Outils de promotion

Le SCB met à la disposition de ses adhérents des outils permettant la promotion de la destination : logos adhérents, présentation de la destination en 3 langues (français, allemand et anglais) et documentation relative à l'association.

## Benchmarking

Depuis 2011, le SCB est régulièrement consulté par plusieurs villes qui ont le projet de créer un Convention Bureau sur leur territoire. En effet, notre structuration, nos financements, le fonctionnement de nos dispositifs, notre plan d'actions, le déploiement de nos services... ont déjà été pris pour exemple par le passé (Tours, Rennes, Rouen...). En 2014, nous avons eu des échanges d'expériences avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Nantes d'une part, les villes de Nantes et de Toulouse concernant le Contrat de Destination d'autre part.

## Réunion d'information

Le 4 décembre 2014, le SCB a réuni à l'Aubette 1928 ses adhérents ainsi que de potentiels adhérents pour un petit-déjeuner d'informations. Les actions entreprises en 2014 ont été présentées ainsi que le plan d'actions 2015. Une soixantaine de personnes ont participé à ce moment de convivialité et d'échanges. Cette action a motivé de nouvelles adhésions.

## B) Démarche de promotion collective

### Le SCB fédère un réseau de professionnels

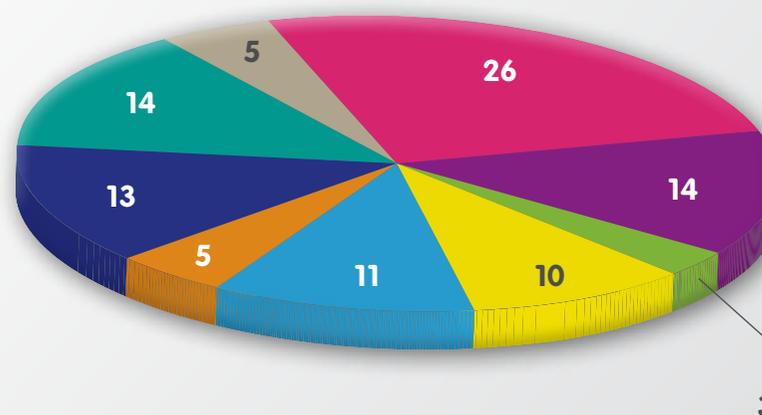
En 2014, la campagne d'adhésion annuelle a permis le recrutement de nouveaux adhérents et le renouvellement d'adhérents de 2013. A noter que depuis 2013, il est offert aux nouveaux adhérents la possibilité, à partir du mois d'avril, de bénéficier d'une cotisation proratisée.

Ce sont au total 100 adhérents qui se sont inscrits au SCB, contre 99 en 2013 : bilan stable en nombre d'adhérents ainsi que pour le montant des cotisations. L'objectif est de stabiliser le nombre d'adhérents autour de 100.



Réunion adhérents – 04-12-14  
Ciné Dancing de l'Aubette 1928

### 100 ADHÉRENTS EN 2014



POUR MÉMOIRE : 99 ADHÉRENTS EN 2013

## Le SCB fait partie d'un réseau de professionnels local, national et international

### Les instances de tourisme alsacien

L'Agence d'Attractivité de l'Alsace, l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin et l'Office de Tourisme de Strasbourg et sa Région travaillent en collaboration étroite avec le SCB en vue de participer à des opérations communes de promotion de la destination.

De plus, le SCB a contribué à l'observatoire économique en collaboration avec l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace (ORTA) et la participation de certains hôteliers membres et de Strasbourg événements afin d'identifier les chiffres clés du secteur en Alsace (cf. page 25).



### Nos réseaux nationaux et internationaux

#### Atout France

---

Depuis sa création, le SCB a affiché sa volonté de participer à la promotion de la France et de ses régions aux côtés d'Atout France (Agence de Développement Touristique de la France) et plus précisément du Cluster Tourisme d'Affaires. Leurs actions sont multiples : rapports et études sur les tendances du marché, rédaction de newsletters, démarchages, roadshows et éducteurs sur des marchés ciblés, zone France sur les salons internationaux, workshops...

- Participation à l'Assemblée Générale annuelle du Cluster Tourisme d'Affaires le 17 décembre 2014.



## France Congrès

Aux côtés de Strasbourg Convention & Exhibition Centre (Strasbourg événements), le SCB a participé aux actions proposées par France Congrès, ainsi qu'aux 26e Journées d'Etudes France Congrès les 11 et 12 juin 2014 à Paris.



## My Ticket

En collaboration avec la Compagnie des Transports Strasbourgeois, le SCB avait lancé début 2011 une nouvelle offre de transport préférentielle destinée aux organisateurs de congrès.

Pratique et écologique, « my ticket » permet à ses utilisateurs de bénéficier d'un ticket unique sur une durée de trois jours, valable sur l'ensemble du réseau tram et bus, pour des trajets illimités. L'organisateur peut commander les pass (6,20 € au lieu de 9,30 € les trois jours) en amont de l'événement et faciliter l'arrivée des participants avec une utilisation immédiate.

En 2014, 14 organisateurs de rencontres économiques ont passé commande auprès de la CTS pour MyTicket, ce qui représente 11 784 tickets vendus et 43 254 journées de transports. Ce titre de transport est un avantage concurrentiel apprécié des organisateurs nationaux et internationaux.



26ème Journées d'Etudes France Congrès



## II. Le Strasbourg Convention Bureau, entreprenant et à l'écoute

### A) Nos cibles géographiques

Le SCB contribue à renforcer le positionnement de Strasbourg et de l'Alsace et participe à son rayonnement international. Il étend ses principales actions vers des marchés de proximité tels que :

- Le marché national
- Les marchés européens
- Les marchés internationaux et émergents

L'accessibilité et la proximité de Strasbourg sont les deux atouts majeurs énoncés par les organisateurs d'événements provenant de ces marchés dans leur choix de destination. S'ajoutent l'attractivité de la région, englobant principalement la gastronomie et le vignoble, mais également les dimensions européennes, médicales et économiques justifiées par les Institutions Européennes, les centres de recherche et les facultés correspondantes ainsi que la présence de divers pôles de compétitivité en Alsace.

### Marché national

#### Salons

Les salons incontournables du secteur ont lieu à Paris. Ils fédèrent les offres MICE et événementielles de l'ensemble de la France et pour certains de l'étranger.

La participation du SCB sur les salons a plusieurs objectifs :

- Renforcer et développer la notoriété de Strasbourg auprès d'organisateur en quête de nouvelles destinations
- Entretenir la relation commerciale avec des organisateurs de manifestations qui ont un projet en cours
- Etablir des contacts avec de nouveaux prospects
- Approfondir notre réseau de partenaires
- Inscrire sa présence sur le long terme

**Remarque :** les actions réalisées dans le cadre du plan d'actions Meet in Alsace sont signalées par l'apposition du logo

meet in alsace  
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

## Salon Bedouk, 5 et 6 février à Paris au Parc des Expositions Porte de Versailles meet in alsace

Salon qui fédère l'ensemble de la filière Tourisme d'Affaires et Événementiel, le Salon Bedouk offre un cadre unique pour rencontrer, échanger, découvrir les dernières tendances et nouveautés.

Le SCB, présent sur un stand Meet in Alsace de 36 m<sup>2</sup>, était accompagné de 3 partenaires : Strasbourg Convention & Exhibition Centre, les hôtels Sofitel Strasbourg Grande Île \*\*\*\*\* et le Château de l'Île \*\*\*\*\*. En retour, 96 contacts et 10 projets.



### Workshops - nouveautés 2014

#### Workshop Réunir, 30 janvier, Lyon

Le marché de la région Rhône-Alpes présente une cible intéressante car facilement accessible (TGV et avion) et économiquement dynamique. Cette première édition du workshop a été forte en échanges qualitatifs. Pour appuyer cette démarche, nous avons communiqué via la newsletter de Réunir.

## Salon Réunir, 18 et 19 septembre à Paris au Carrousel du Louvre meet in alsace

20èmes rencontres professionnelles autour de la branche séminaires et congrès. Lors de cette édition, le salon a accueilli 600 établissements et prestataires exposants et près de 2 300 visiteurs.

C'était la troisième édition commune à Strasbourg, Colmar et Mulhouse sous la bannière Meet in Alsace. Sur un stand de 24 m<sup>2</sup> dans la zone VIP, le SCB était présent avec trois adhérents : Sofitel Strasbourg Grande Île \*\*\*\*\* , Hilton Strasbourg \*\*\*\* et Strasbourg Convention & Exhibition Centre. En retour, 95 contacts et 6 projets.



#### Doux Business Day, 13 novembre, Mulhouse meet in alsace

Cet événement, à l'initiative de l'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse, a accueilli des acheteurs de Paris et de la région ainsi que les membres de Meet in Alsace.

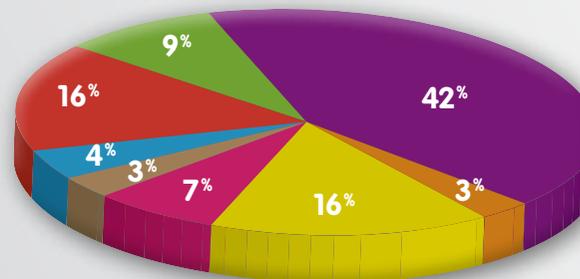
## Marchés européens

### Salons

#### Locations!, 20 février à Mannheim Nouveauté 2014

Ce salon de proximité met en avant les lieux originaux et de prestige. Étaient présents avec nous sur cette opération : Strasbourg Convention & Exhibition Centre et l'agence Destination.

## ORIGINE DES PROJETS ISSUS DE L'INTERNATIONAL EN 2014



Tendance 2014 : Les actions vers l'international nous ont permis d'accompagner en 2014, 57 projets pour des organisateurs internationaux. Cela représente 15% des projets accompagnés en 2014.



## Deutscher Verbände Kongress, 24 et 25 février à Düsseldorf – Nouveauté 2014

Dans le cadre de nos actions à destination des associations allemandes, nous avons participé à ce salon organisé pendant le Congrès des associations allemandes. 250 personnes ont participé à l'événement.



## Salon IMEX, 20, 21 et 22 mai à Francfort meet in alsace

Ce salon, incontournable dans le secteur MICE, rassemble un visitorat européen et international et plus particulièrement allemand. En 2014, avec 3 500 exposants, ce salon a attiré 8 800 visiteurs dont 3 900 Hosted-Buyers issus de 74 pays.

Strasbourg, Colmar et Mulhouse ont occupé sous la bannière Meet in Alsace un emplacement de 20 m<sup>2</sup> sur la zone France aux côtés d'Atout France. Le SCB était accompagné de 4 de ses partenaires adhérents: Strasbourg Convention & Exhibition Centre, les hôtels Mercure Strasbourg Palais des Congrès \*\*\*\* et Sofitel Strasbourg Grande Ile \*\*\*\*\* ainsi que l'agence Destination. Au total, 50 contacts et 2 projets.

Le 21 mai, une conférence de presse Meet in Alsace a eu lieu pour présenter et expliquer le concept de la marque à 11 journalistes spécialisés dans le MICE.



## EIBTM, 18, 19 et 20 novembre à Barcelone

Un des principaux salons de l'industrie des rencontres professionnelles en Europe avec 121 pays exposants. En 2014, plus de 15 000 professionnels de l'industrie du tourisme d'affaires se sont donnés rendez-vous à cet événement international. Nous étions présents aux côtés d'Atout France sur le pavillon Europe Espace France.

Le 18 novembre, via l'impulsion d'Atout France, nous avons participé sous la bannière Meet in Alsace à une conférence de presse qui avait pour objet d'annoncer la prochaine édition de France Meeting Hub en Alsace et de présenter Meet in Alsace.

### Workshops

## Show Case Alsace, 22 mai, Strasbourg Nouveauté 2014



Dans l'optique de promouvoir les nouvelles liaisons aériennes entre Londres et Strasbourg, l'Agence d'Attractivité de l'Alsace, l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin, l'Office de Tourisme de Strasbourg et sa Région et l'Aéroport de Strasbourg ont organisé l'opération «Show Case Alsace», avec l'ETOA. Nous avons participé à la partie workshop le jeudi 22 mai à l'Ancienne Douane.

## France Meeting Hub, 24, 25 et 26 septembre, Nantes

meet in alsace  
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

L'événement du Cluster Tourisme d'Affaires qui réunit environ 150 acheteurs des marchés étrangers.

Cet événement a permis à 35 personnes de découvrir la destination lors de rendez-vous en tête à tête de qualité. En 2015, cet événement aura lieu à Strasbourg et marquera également la clôture du Contrat Cadre de Destination.

## Meeting & Incentive Forum, du 21 au 25 octobre, Sitges, Espagne

250 exposants – 360 acheteurs – 50 rendez-vous préprogrammés sur la durée de l'événement. Les cibles visées : des agences et entreprises provenant de France, Allemagne, Angleterre, Benelux, Scandinavie, Italie, Suisse, et autres pays de l'Europe Centrale. Cette action a permis de rencontrer 69 personnes pendant des rendez-vous particuliers qualifiés et de récolter directement 1 projet.

## Allemagne et Autriche, 3, 4, 5 et 6 novembre

Le SCB a participé au roadshow « Affaires » en Allemagne et en Autriche organisé par Atout France Francfort. Ce roadshow s'est déroulé dans trois villes allemandes : Hambourg, Düsseldorf, Munich et à Vienne en Autriche. Cette action a permis au SCB de faire connaître la destination à 178 contacts répartis sur les quatre étapes.

### Eductours/présentations de la destination

Plusieurs éductours ont eu lieu sur Strasbourg en 2014. Les retours sur l'accueil et la qualité des services proposés aux visiteurs ont été très positifs.

**Eductour agences israéliennes**, 13 personnes, les 21 et 22 mai.  
Action montée en collaboration avec Hilton Israël et Hilton Strasbourg.

**Eductour britannique**, 3 personnes, les 2, 3 et 4 juillet.

**Eductour Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement**,  
14 personnes, les 9, 10 et 11 octobre.

## B) Nos cibles fonctionnelles

La promotion du SCB s'adresse à toutes les structures susceptibles de fédérer des personnes dans un cadre professionnel, économique, scientifique et universitaire.

La promotion de la destination se fait auprès :

### Des agences événementielles et de tourisme d'affaires

Porteur d'affaires, les agences événementielles, réceptives et de tourisme d'affaires sont prescriptrices auprès de leurs clients (les entreprises et associations nationales et internationales) pour l'élaboration de soirées événementielles telles que les soirées de gala, les présentations de produits, mais également pour des séjours de récompenses, pour développer l'esprit d'équipe et les challenges avec les teambuilding et incentives. Elles interviennent également en tant qu'organisateur de congrès (PCO).

### Des associations nationales et internationales

Malgré l'essor des nouvelles technologies de l'information et le développement du réseautage, les associations, fédérations et corporations sont à l'origine de rassemblements nationaux et internationaux de plus en plus fréquents : les congrès, conférences, symposiums, assemblées générales ou réunions statutaires en sont la preuve.

Ces manifestations concernent une pléiade de secteurs différents dont les plus importants sont les secteurs : médical, scientifique, technologique, environnemental, économique et universitaire.

## Des entreprises

Quels que soient les objectifs et les exigences des entreprises, les séminaires, les formations, les conventions, les roadshows et les présentations de produits représentent des solutions clés dans la stratégie de communication.

Fédérer les équipes, réfléchir à de nouvelles actions, présenter le bilan de l'année, former les commerciaux à de nouvelles techniques de vente, fidéliser ses collaborateurs... sont autant d'opportunités de rencontres dans le monde économique.

Les secteurs les plus porteurs de manifestations sont les secteurs biotechnologiques, pharmaceutiques, financiers et assurances, juridiques, automobiles et médicaux.

## Des prescripteurs locaux

Strasbourg Convention Bureau communique tout au long de l'année auprès des décideurs du monde économique, institutionnel et du monde universitaire pour les sensibiliser à leur rôle de prescripteurs pour l'organisation de congrès et de rencontres économiques à Strasbourg.

## C) Le SCB présent dans la presse MiCE

### Presse nationale

Le SCB communique régulièrement auprès de la presse nationale spécialisée. Le but étant de renforcer le positionnement de Strasbourg, de démontrer la dynamique de la région en communiquant les actualités relatives aux adhérents du SCB et de présenter les événements phares à Strasbourg et dans la région.

En 2014, le SCB a décroché quatre articles supplémentaires dans la presse nationale et internationale par rapport à 2013, dont quatre dossiers spéciaux.



## Retombées presse

- > **Janvier 2014 :**  
[Un convention bureau strasbourgeois très actif](#), Meet-In  
Janvier-février 2014 - n° 147
- > **Mars 2014 :**  
[Strasbourg, Colmar, Mulhouse jouent la carte Meet in Alsace](#), [laquotidienne.fr](#)
- > **Avril 2014 :**  
[\(Re\)découvrez l'Alsace](#), Evénements et Conventions  
[Meet in Alsace : ça vous MICE ! Voyages & Stratégie](#) (newsletter)  
[L'Alsace version MICE renforce son offre](#),  
TendanceNomad.com  
[Meet in Alsace : ça vous MICE !](#) [Assistanteplus.fr](#)
- > **Septembre 2014 :**  
[L'Alsace fait le plein de nouveautés](#), Voyages & Stratégie (site web)  
[Team building fluvial à Strasbourg](#), [Actionco.fr](#)



- > **Novembre 2014 :**  
[L'Alsace accueillera la 3e édition de France Meeting Hub](#),  
Newsletter France Congrès  
[L'Alsace accueillera la 3e édition de France Meeting Hub](#),  
TendanceNomad.com  
[L'édition 2015 du «France Meeting Hub» se tiendra à Strasbourg](#), [tourismedegroupe.busetcar.com](#)  
[Le troisième France Meeting Hub se tiendra à Strasbourg](#),  
[www.tourhebdo.com](#)
- > **Décembre 2014 :**  
[Couverture du Tram découverte et de la Brasserie Les Haras](#), Newsletter France Congrès

## Workshop presse

### Meet in Alsace, 25 mars, Paris

**Nouveauté 2014**  Strasbourg | Colmar | Mulhouse

Dans le cadre des relations presse Meet in Alsace gérées par l'agence Sylvie Blin, les villes de Strasbourg, Colmar et Mulhouse se sont retrouvées au Ice Bär by Häagen Dazs, à Paris, pour rencontrer des journalistes spécialisés dans le MICE. Le SCB a participé à cette action presse avec Aquatek Show International. Les échanges étaient qualitatifs et ont permis d'organiser un accueil presse avec le magazine Evénements et Conventions pour un dossier spécial Alsace.

## Presse internationale

### Retombées presse

- > **Mars 2014 :**  
[Northern highlights](#), Conference & Incentive Travel Magazine  
[6 of the best convention centres](#), Conference & Incentive Travel Magazine
- > **Avril 2014 :**  
[Spotlight on Strasbourg](#), [www.citmagazine.com](http://www.citmagazine.com)



### > **Mai 2014 :**

[Aufbruchstimmung im Elsass](#), Frankreich  
 Meeting Destination  
[Strassburg Tagungsstadt mit Symbolcharakter](#),  
 Verbände Report

### > **Septembre 2014 :**

[Eventlocations im Elsass : Vielfalt - nicht nur für Gourmets](#),  
 BlachReport  
[101 Ideas: Eight exciting event destinations](#),  
[www.citmagazine.com](http://www.citmagazine.com)

### > **Octobre 2014 :**

[Situation Strasbourg](#), Square Meal  
[France – Destination of the week](#), [www.citmagazine.com](http://www.citmagazine.com)

### > **Novembre 2014 :**

[El France Meeting Hub sera en Alsacia](#), Puntomice.com  
[Frankreich, die Destination](#), MICE Inside - N°4

### > **Décembre 2014 :**

[Enjoy the Christmas Magic during your event in Strasbourg](#),  
 Enews Oyster  
[Die Europastadt Strassburg empfängt Sie mit offenen Armen!](#), Newsletter Atout France Suisse

## Accueils presse

- > **17 et 18 mars,**  
Sabrina Aberfeld et Andrea Birrenbach, du magazine allemand Verbände Report. Dossier spécial « [Strassburg Tagungsstadt mit Symbolcharakter](#) », mai 2014.
- > **22 et 23 avril,**  
Ludovic Bischoff, du magazine Evénements et Conventions. Dossier spécial « [\(Re\)découvrez l'Alsace](#) », Avril 2014.
- > **31 août au 2 septembre,**  
Russell Cook, du magazine britannique Square Meal. Dossier « [Situation Strasbourg](#) », octobre 2014.



## Insertions presse

### Guide et référencement

Le SCB est présent dans les 2 guides incontournables du tourisme d'affaires : Bedouk et Réunir.  
Ce référencement s'étend également à leurs sites internet respectifs.

### Annonces presse

- > **Janvier 2014** - Meet and Travel Mag  
- Meet In
- > **Mars 2014** - Headquarters
- > **Avril 2014** - Guide Shopping – So Strasbourg!  
- Evénements et Conventions
- > **Mai 2014** - Verbände Report
- > **Juin 2014** - 360° - magazine de l'Aéroport de Strasbourg
- > **Juillet 2014** - Meet and Travel Mag
- > **Novembre 2014** - Headquarters

### III. Plan d'actions partagé au niveau régional

Les trois villes de congrès alsaciennes, Strasbourg, Colmar et Mulhouse ont entrepris en 2012 une démarche avec le soutien de la Région Alsace qui répond à une logique stratégique indispensable pour une meilleure visibilité de l'offre en tourisme d'affaires sur le marché national et les marchés internationaux.

meet in alsace  
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

#### A) Contrat Cadre de Destination « Tourisme d'Affaires » Alsace 2013-2014-2015

Le Contrat de Destination a été signé le 22 juillet 2013 par la Ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme Sylvia Pinel. Ce contrat de destination a pour objectif de faire de l'Alsace, avec les agglomérations de Strasbourg, Mulhouse et Colmar une destination de tourisme d'affaires incontournable et de stimuler le business sur le territoire. Il doit se clôturer par l'accueil de la manifestation annuelle d'Atout France à Strasbourg en 2015, France Meeting Hub, qui réunit généralement 130 acheteurs.



Pour la mise en œuvre de ce contrat de destination, cinq axes de travail prioritaires ont été dégagés, qui ont été déployés simultanément et mobilisent l'ensemble des acteurs du territoire :

- Sur la lancée de ce qui a été engagé en 2012, les trois Bureaux des Congrès sont en charge de l'approfondissement de la stratégie d'une part, et de la mise en œuvre d'un plan d'actions d'autre part afin de faire connaître la destination auprès des principales cibles (organismes de congrès et d'évènements). Au-delà de la mise en place d'outils communs (plaquette, site internet...), ce plan d'actions doit permettre la participation conjointe à des salons, workshops, actions de lobbying en liaison étroite avec les partenaires économiques.
- Pour l'accueil et la qualité des prestations, il est proposé de lancer une démarche Qualité à travers la réalisation d'un bilan sur les labels et démarches entreprises par les différents acteurs de l'offre. Ceci afin de proposer un référentiel en phase avec le travail porté par l'agence d'attractivité de l'Alsace.
- Le travail d'observation a commencé par un état des lieux de l'offre MICE existante pour la comparer aux besoins actuels et futurs. Parallèlement, une étude a débuté en 2013 pour mesurer le poids économique du tourisme d'affaires en Alsace.
- Concernant l'accessibilité et les transports, le travail consiste en l'analyse des besoins en termes d'accessibilité des marchés sources afin de proposer, avec l'ensemble des acteurs, un planning de déploiement.
- Enfin, les Bureaux des Congrès s'engagent à sensibiliser les exploitants d'infrastructures en matière d'innovation et le développement durable, afin de pouvoir dégager un positionnement régional, à l'heure où ces deux sujets sont souvent des éléments déclencheurs de décision pour un client.



## B) Communication

Afin d'harmoniser la communication des trois villes, une charte graphique propre à Meet in Alsace a été mise en place. En 2014, les outils de communication issus de cette charte graphique sont les suivants :

- Une plaquette disponible en français, allemand et anglais, qui décrit les atouts de l'Alsace et de ses trois villes, ainsi que les compétences des trois partenaires : Strasbourg Convention Bureau, Colmar Congrès, l'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse et sa région.
- Le site portail [www.meet-in-alsace.com](http://www.meet-in-alsace.com) : maintenance, amélioration du référencement, évolution de l'agencement des pages du site et de l'arborescence. Le portail est accessible en français, allemand et anglais, et détaille les atouts de l'Alsace et des trois villes pour le MICE avec un renvoi sur les sites propres de chacun des partenaires.
- Les chiffres du portail [www.meet-in-alsace.com](http://www.meet-in-alsace.com) : 4 819 visites, 2,64 pages vues par visite, 12 736 pages vues, 2:08 minutes par visite. Réseaux sociaux au 31/12/2014 : 207 abonnés sur Facebook et 145 abonnés sur Twitter.
- Développement du blog démarré en 2013, accessible via le site [www.meet-in-alsace.com](http://www.meet-in-alsace.com), dont les informations sont relayées sur les réseaux sociaux.

## C) Les actions complémentaires Meet in Alsace 2014

- **Salons nationaux**
  - Bedouk, 5 et 6 février, Paris – action pilotée par le SCB
  - Réunir, 18 et 19 septembre, Paris
- **Salon international**
  - Imex, 20, 21 et 22 mai, Francfort, Allemagne
- **Workshops**
  - France Meeting Hub, 24, 25 et 26 septembre, Nantes
  - Doux Business Day, 13 novembre, Mulhouse
- **Roadshow**
  - Allemagne et Autriche, du 3 au 6 novembre
- **Workshop Presse**
  - Paris, le 25 mars

**Remarque :** ces actions sont décrites en pages 10-14



Stand Meet in Alsace – Salon Imex

## IV. Les chiffres clés en 2014

### A) Promotion et prospection

#### ACTIONS DE PROMOTION

- **6** salons nationaux et internationaux
- **5** workshops nationaux et internationaux
- **1** roadshow à l'étranger
- **3** éductours
- **1** rencontre France Congrès
- **Au total : 757** contacts et **23** projets issus directement de ces opérations

#### PRESSE

- **26** articles dans la presse spécialisée nationale et internationale
- **3** accueils presse
- **9** annonces presse
- **2** insertions dans les guides de référence : **Bedouk** et **Réunir**

#### SITE INTERNET

- **38 047** sessions  
- 104 sessions/jour
- **102 818** pages vues
- **2.70** pages vues/session
- **1:54** minutes/session

#### CAMPAGNES D'E-MAILING

- **10** envois de newsletters et lettres d'informations trilingues

#### RÉSEAU D'ADHÉRENTS

- **1** réunion d'information et de présentation avec les adhérents du SCB
- **4** envois de newsletters d'informations

#### ÉDITION ET GOODIES

- **Mise à jour et réédition** de la plaquette de présentation du SCB
- **Création d'un nouveau document** : 7 Bonnes Raisons de Choisir Strasbourg, disponible en français et en anglais, **350 exemplaires**
- **1 200 plaquettes** et listes d'adhérents, **380 clés usb** et **100 sacs distribués**
- **25 rapports** d'activités complets remis et **180 synthèses**

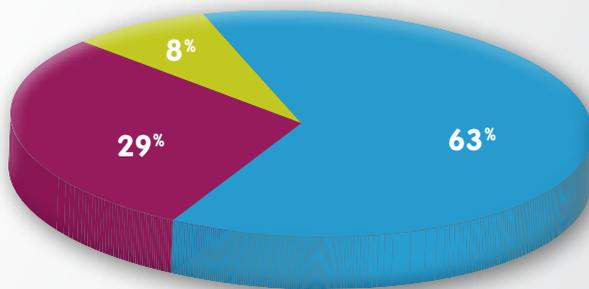
## B) Accompagnement de projets

**375 projets accompagnés** en 2014 (+6% par rapport à 2013)  
dont (chiffres à jour au 06/03/2015):

- > **163 projets réalisés** - soit un taux de concrétisation de **43%**
- > **23 projets en cours**
- > **108 projets abandonnés ou agence non retenue**
- > **81 projets perdus**

### Graphiques des 163 projets réalisés

#### DURÉE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2014 ET RÉALISÉS

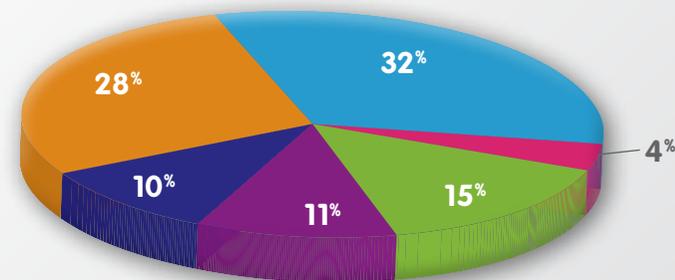


■ 1 jour ■ 2-3 jours ■ 4 jours et +

Tendance 2014 :

La proportion des projets réalisés supérieurs à 2 jours représente 37 %. Elle est en légère baisse au profit des projets d'une durée d'une journée, qui passe à 63 % par rapport à 2013.

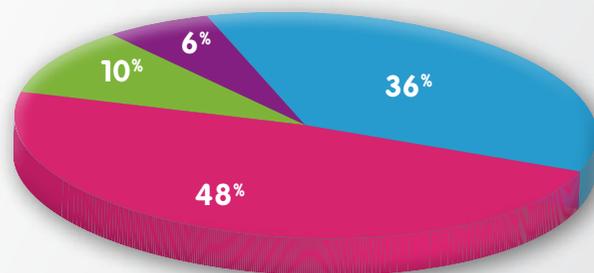
#### TYPE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2014 ET RÉALISÉS



■ Séminaire ■ Convention/AG/CA ■ Congrès/Conférence/Colloque  
■ Présentations produits ■ Incentive/Stimulation ■ Banquet/Soirée de gala produits

Tendance 2014 : Par rapport à 2013, les évolutions majeures concernent les séminaires (-12 points) et les banquets et soirées de gala (+ 11 points). Les autres catégories sont stables à un point près. Les congrès, conférences et colloques arrivent en troisième position.

## TAILLE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2014 ET RÉALISÉS

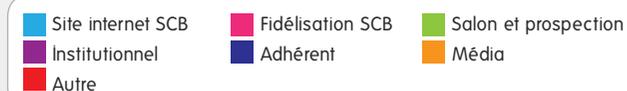
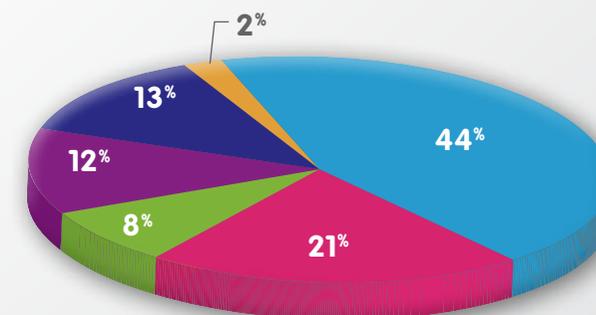


Tendance 2014 :

La tranche des événements de 1 à 50 personnes est en baisse de 6 points, au profit des autres catégories. Les événements de 51 à 250 personnes représentent presque la moitié des manifestations enregistrées. Les projets de plus de 500 personnes sont en hausse et représentent 6% des manifestations organisées à Strasbourg.



## SOURCE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2014 ET RÉALISÉS



Tendance 2014 : Le site internet, ainsi que la fidélisation aux services d'accompagnement du SCB sont les deux principaux points de contact des organisateurs. En toute logique, ils n'ont cessé d'augmenter depuis 2009. Les projets relayés par les institutionnels sont en nette diminution depuis 2009, ce qui traduit le fait que le SCB est reconnu en tant que porte d'entrée directe pour les projets.

## C) Observatoire économique

### Estimation des retombées économiques pour les projets accompagnés par le Strasbourg Convention Bureau

Les 163 projets réalisés par le SCB ont réuni pas moins de 27 560 personnes pour un nombre de journées égal à 44 244.

Cela nous permet d'estimer des retombées économiques à hauteur de 8 535 384 € pour l'année 2014.

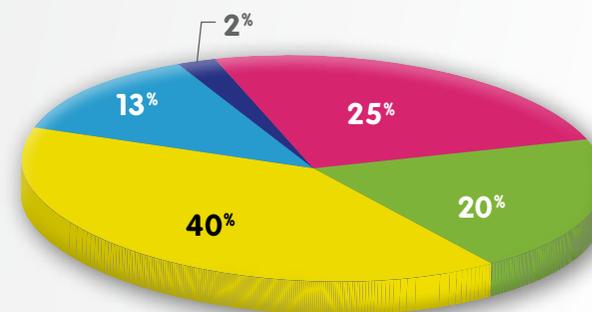
Le nombre de journées revient à multiplier la durée de chacun des événements (en jours) par le nombre de personnes présentes à l'événement. Les retombées économiques sont calculées sur la base de 104 € pour une journée et de 260 € pour une journée et une nuitée (base FSCEF : Foires Salons Congrès Evénements de France / Unimev).

### Graphique des raisons des échecs

#### ANALYSE DES PROJETS PERDUS EN 2014

- Accessibilité
- Disponibilité
- Capacité d'accueil
- Choix autres destination
- Budget

Tendance 2014 : Le choix d'une autre destination, la disponibilité et la capacité d'accueil forment respectivement, comme en 2013, le trio de tête des raisons de perte des dossiers. Les pertes pour raison budgétaire sont en hausse de 5 points et l'accessibilité, quant à elle, perd 5 points par rapport à 2013.



## Résultats de l'ORTA

---

Dans le cadre du Contrat de Destination, la mesure des retombées économiques des foires, salons, congrès et des événementiels d'entreprises a été considérée comme une priorité. L'ORTA mène actuellement une étude qui vise à connaître l'importance économique de la filière du tourisme d'affaires en Alsace. Elle permettra également de restituer les données collectées auprès des acteurs publics et privés concernés pour les aider dans leur prise de décisions (investissement, développement, promotion, prospection).

Il s'agira, pour chacune des 3 familles du segment (congrès, meetings dont incentive, foire et salons) :

- De comptabiliser le nombre d'événements et le nombre de participants (visiteurs, exposants),
- De collecter les dépenses des participants via des enquêtes sur site,
- D'établir les charges et profits des organisateurs,
- D'estimer les retombées économiques à partir du modèle élaboré de la filière en Alsace,
- De produire des ratios régionaux qui seront utilisés durant plusieurs années.

Les résultats sont attendus pour le mois d'octobre 2015 lors de l'événement France Meeting Hub.