



1/ Troisième ville de congrès en province, Strasbourg qui accueille de nombreux congrès médicaux et des sommets européens compte des sites réceptifs d'envergure tels que le Palais universitaire.

Meet in Alsace : une marque fédératrice

Les trois bureaux des congrès d'Alsace : Strasbourg, Colmar et Mulhouse se sont fédérés l'an dernier autour d'une marque commune : Meet in Alsace. Objectif : unir leur force pour renforcer la visibilité et l'attractivité de la destination sur le marché du tourisme d'affaires.

Région frontalière et dynamique, mais aussi siège d'institutions européennes, l'Alsace est un haut-lieu du tourisme d'affaires. Jusqu'à présent, les bureaux des congrès des trois principales villes de la région : Strasbourg, Colmar et Mulhouse, travaillaient chacun de leur côté sur ce segment de marché. Mais en 2012, ces trois institutions ont décidé de se réunir autour d'une nouvelle marque : Meet In Alsace. "L'idée était de mutualiser nos moyens afin de créer une marque ombrelle qui valoriserait la destination Alsace tout en mettant en avant les spécificités des trois villes et de la région. Mais aussi nous apporterait plus de visibilité notamment à l'international. D'ailleurs, l'accroche anglaise n'est pas anodine, car elle nous permet de cibler la clientèle européenne, notamment allemande et suisse" explique Guillaume Colombo, directeur de l'office de tourisme et des congrès de Mulhouse et

sa région. La marque Meet in Alsace reprend également les mêmes codes couleurs (rouge et noir) et typologies (police, logo) de la marque de territoire, créée par le Conseil régional d'Alsace. L'objectif visé est de proposer une marque cohérente qui s'inscrit dans une démarche globale de stratégie de territoire, notamment par la création d'un visuel original et décalé dans le but de rajouter l'image de l'Alsace et de se démarquer des autres régions françaises.

Trois destinations spécifiques

Si les trois bureaux des congrès alsaciens ont décidé de travailler ensemble pour promouvoir la destination Alsace, chacun défend toutefois ses spécificités. Il est vrai qu'en raison de leur taille, structures d'accueil, et situation géographique, les trois villes travaillent souvent sur des cibles et segments de marché différents. En tant que capitale régionale et européenne,

Strasbourg qui est la 3^e ville de congrès de France (hors Paris) possède de nombreux atouts : un palais de la musique et des congrès comptant trois amphithéâtres de 600, 1200 et 2000 places, un parc des expositions de 24 000 m², un zénith Europe de 10 000 places, une capacité hôtelière de 8 400 chambres, et de grands projets de développement : extension du Palais des Congrès, création d'un nouveau parc des expositions... Forte de son attractivité, Strasbourg accueille congrès internationaux notamment médicaux et sommets européens. Pour Colmar, l'approche est différente. La capitale des vins d'Alsace séduit pour sa taille humaine, son patrimoine architectural et ses vignes aux alentours. Destination de charme, la ville dispose néanmoins de structures de qualité : un parc des expositions et de congrès de 13 500 m² avec un auditorium de 1 300 places, un centre de rencontres, d'échanges et de formations

avec 2 auditoriums et d'un pôle prestige de 1 500 places, sans oublier une capacité hôtelière de 5 800 chambres et le célèbre Musée Unterlinden. Enfin, Mulhouse offre l'image d'une ville industrielle en raison de son histoire, patrimoine mais aussi de son fort tissu industriel. Outre son parc des expositions de 10 000 m², son complexe de cinéma (kinépolis) de 14 salles, la ville est riche en sites culturels et musées qui ouvrent leurs portes aux événements : Cité de l'automobile, Cité du train, Ecomusée d'Alsace... Mais surtout, elle est située à proximité de l'aéroport international de Bâle-Mulhouse. Son cœur de cible reste les événements entre 150 et 400 personnes.

Actions communes de promotion

Travailler ensemble sous la marque Meet in Alsace permet aux trois bureaux des congrès de mutualiser leurs moyens notamment à des fins de pro-



2



3

2-4/ Le Casino de Blotzheim et la Cité de l'Automobile de Mulhouse font partie de ces sites réceptifs insolites qui ouvrent leurs portes aux événements d'affaires. 3/ Colmar est une destination attractive en raison notamment de sa taille humaine et de son patrimoine architectural typique de l'Alsace.

© Recoura Christophe - Culturespaces



4

motion du territoire. "Grâce à cette marque unique, notre visibilité est beaucoup plus forte sur les salons notamment internationaux. D'autant que nous disposons d'un stand plus grand" explique Guillaume Colombo. Outre la promotion sur les salons, les trois bureaux des congrès accueillent et réfléchissent ensemble aux parcours des éducateurs et conçoivent des supports de communication communs (plaquette, site www.meet-in-alsace.com)... "On mène des actions communes suivant un plan pluriannuel qui a été défini jusqu'en 2015. De même, on a créé un club des ambassadeurs l'an dernier afin de fédérer autour de la marque les chefs d'entreprise et professeurs d'universités de la région, mais aussi les responsables de fédérations et d'associations professionnelles afin de développer notre réseau. On compte sur ces ambassadeurs pour promouvoir la destination notamment auprès des grandes instances

nationales" explique Guillaume Colombo.

Observatoire et contrat de destination

La mutualisation des moyens des bureaux des congrès devrait également aboutir à la création d'un observatoire du tourisme d'affaires. "Aujourd'hui, nous ne disposons pas d'études sur le marché du tourisme d'affaires en Alsace : profil de la clientèle, filières à développer, parts de marché... Cet observatoire est nécessaire car il nous permettra d'affiner nos stratégies marketing en fonction des demandes. Par exemple, il va nous servir à faire un état des lieux de l'hôtellerie d'affaires alsacienne. A partir de là, seront lancées des actions de modernisation des équipements. Nous souhaitons d'ailleurs pour le secteur de l'hôtellerie d'affaires une progression de 15 points de son taux d'occupation d'ici trois ans" explique Guillaume Colombo. Enfin, la stratégie de Meet in

LES ATOUTS DE LA DESTINATION MEET IN ALSACE

Strasbourg : 3^e ville de congrès en France (hors Paris), 5 pôles de compétitivité, 30 000 m² de surface, 10 000 chambres, 3 sites d'accueil : Palais de la musique et des congrès, parc des expositions et zénith Europe.

Colmar : 13 500 m² de surface d'exposition, 1 300 places en auditorium, 18 salles de commission, 1 pôle de compétitivité, 3 sites d'accueil : parc des expositions et de congrès, centre de rencontres d'échanges et de formation et pôle prestige.

Mulhouse : 10 000 m² de surface d'exposition, 5 pôles de compétitivité, 3 sites d'accueil : parc des expositions, kinépolis, salons de la société industrielle, 100 destinations internationales ou nationales via l'aéroport Bâle-Mulhouse.

Alsace s'inscrit totalement dans le contrat de destination "Alsace", signé le 22 juillet dernier avec Sylvia Pinel, Ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme. Ce contrat a pour objectif de développer le tourisme d'affaires dans la région en mutualisant les moyens humains, techniques et financiers des différents acteurs publics et privés pendant trois ans autour d'un plan d'actions coordonné. Il

a ainsi vocation à favoriser l'accueil de congrès, séminaires et d'événements d'entreprises, nationaux et internationaux, dans le but de développer l'activité économiques des professionnels (hébergements, structures d'accueil, aéroports, transporteurs, agences réceptives et événementielles).