

Congrès associatifs : un enjeu économique

Les congrès constituent un vecteur d'attractivité internationale pour une destination. Le lien observé entre des manifestations accueillies sur un territoire et l'existence d'un pôle d'excellence, incite la filière de l'industrie des rencontres professionnelles à mettre en place une démarche de réseau impliquant l'ensemble du tissu local.

France Congrès initie, avec la DIACT et Atout France, une étude sur la recherche de synergie opérationnelle entre les acteurs de la filière et les pôles de compétitivité, explique **Emmanuel Dupart**, directeur délégué de France Congrès. Il existe un lien étroit entre cette démarche de marketing territorial qui vise à mieux utiliser le potentiel des pôles de compétitivité et l'accueil de congrès associatifs. »

Paris : une implication forte

À Paris et en Ile-de-France, l'industrie des foires, salons et congrès représente un secteur à forte valeur ajoutée avec 58 000 emplois et 4,85 milliards d'€ de retombées économiques. Au sein de cette activité, les congrès associatifs génèrent 10 % des nuitées du tourisme d'affaires, grâce à la venue annuelle d'environ 600 000 participants lors de 900 congrès. À Paris, les touristes d'affaires dépensent 236,40 euros/jour et ceux de loisirs 167,90 €/jour (enquête sur les touristes parisiens de 6 pays de la zone euro, office de tourisme et des congrès de Paris, mars 2009). Les congrès contribuent au rayonnement international des filières d'excellence des 8 pôles de compétitivité de la Région Ile-de-France et ne sont pas soumis aux aléas conjoncturels car ils se gagnent 2 à 10 ans à l'avance. Les professionnels, les institutionnels et l'office de tourisme et des congrès ont une position commune, concertée et cohérente pour mieux défendre la destination. **La mairie de Paris s'est engagée auprès des acteurs clés du secteur à participer activement à la**

défense des candidatures présentées par l'office de tourisme et des congrès de Paris (OTCP). En 2006, la Ville et l'OTCP ont bâti un dispositif formalisé par un vademecum qui permet une mobilisation conjointe de l'OTCP, des services de la ville et des élus pour gagner une candidature. La mairie s'engage à ouvrir les salons de l'hôtel de ville à des manifestations et à organiser des rencontres entre les décideurs internationaux et les adjoints au maire concernés. Lors des manifestations, l'objectif est d'offrir un accueil performant et chaleureux aux congressistes (signalétique, transports, réceptions, accueil en gare et à l'aéroport, messages sur les panneaux lumineux de la ville, mise à disposition des salons de l'hôtel de ville...).

Interlocuteur unique

L'OTCP est l'interface opérationnelle, la porte d'entrée de la destination pour les associations. En 2004, la Ville de Paris et la Chambre de commerce et d'industrie ont créé une équipe dédiée à l'organisation des congrès associatifs au sein de l'office qui intervient dans le montage du dossier de candidature, recommande des prestataires, organise des visites de repérage, assure le lobbying qui peut aller jusqu'à la présentation de la destination devant le comité international de l'association. Lorsque la candidature est gagnée, l'OTCP soutient l'association pour promouvoir Paris et attirer le plus grand nombre de participants et assure un accueil qualitatif aux participants. En 2008, il a soutenu plus de 350 associations et défendu 60 candidatures pour des grands congrès

internationaux. Les 450 acteurs de la filière fédérés par l'office participent à cette démarche car la mobilisation des acteurs est un facteur clé de succès dans la compétition. Actuellement, l'OTCP travaille avec les hôteliers à la mise en place d'une charte pour présenter une offre attractive aux associations souhaitant tenir leur congrès à Paris.

Une cinquantaine d'associations internationales ont choisi Paris pour accueillir leurs manifestations entre 2009 et 2016. Ainsi, la Fédération mondiale des hémophiles a choisi Paris pour son congrès en 2012 (6 000 participants) ainsi que la Société européenne de cardiologie pour son congrès en 2011 (30 000 participants). En janvier 2008, l'OTCP a créé le site dédié au tourisme d'affaires <http://convention.parisinfo.com>. Le 9 avril 2009, la Ville de Paris et l'OTCP ont organisé, dans les salons de l'hôtel de ville, l'opération « Paris destination congrès » pour démontrer la mobilisation de la Ville autour de ce secteur et consolider la position de Paris comme leader européen de congrès face à une concurrence de plus en plus vive. L'opération était pilotée par **Christian Sautter**, adjoint au maire de Paris chargé de l'emploi, du développement économique et de l'attractivité internationale, **Jean-Bernard Bros**, adjoint au maire de Paris chargé du tourisme et des nouveaux médias locaux et par l'OTCP. **L'objectif était d'encourager le corps scientifique et les membres français d'associations internationales basés en Ile-de-France à porter la candidature de Paris pour le congrès dans leur spécialité.**

Cette opération était organisée en l'honneur de 10 associations ayant

porté et gagné la candidature de Paris pour de grands congrès, qui ont reçu la distinction « Ambassadeurs Paris destination congrès » et la médaille de la Ville de Paris. Elles ont témoigné du déroulement de leur candidature et du soutien apporté par la Ville et l'office de tourisme, en présence des représentants institutionnels et des professionnels de la filière congrès, des pôles de compétitivité et de scientifiques de renom. Cette opération devrait se tenir tous les deux ans.

Lyon : un accueil attentif

Le bureau des congrès et des salons de Lyon, créé en 1986, est un service intégré de Lyon Tourisme et Congrès. Il mène une démarche de promotion de la destination pour le tourisme d'affaires et fédère les acteurs locaux. Il gère plus de 300 dossiers par an. Il intervient à chaque étape du projet (étude de faisabilité ; élaboration du cahier des charges ; conception du dossier de candidature dans la langue officielle du congrès ; soutien de la candidature ; mise en relation avec les interfaces institutionnelles ; accueil des décideurs ; planification de la manifestation ; appel d'offres auprès des prestataires lyonnais ; promotion de l'événement ; suivi pendant la manifestation).

« Nous identifions des manifestations qui tournent en Europe et dans le monde et qui n'ont pas eu lieu en France depuis quelques années, qui correspondent à nos pôles d'excellence ou de compétitivité et dont un membre local est susceptible de nous aider à porter le dossier de candidature de Lyon, précise **Valérie Ducaud**, directrice du bureau des congrès. Notre bureau crée le dossier de candidature avec le représentant local de l'association et avec le soutien des élus, réalise l'étude de faisabilité de la manifestation, dépose la candidature et assure le lobbying (présence sur un stand aux congrès précédents, financement des visites d'inspection...).

Accompagner les congressistes

Il est indispensable de « faciliter la ville » aux participants à titre individuel. La « Lyon Welcome Attitude », démarche d'accueil de salons importants, mise en place sur l'agglomération lyonnaise en 2008, va être étendue aux congrès majeurs. Elle réunit une dizaine de partenaires institutionnels et professionnels du tourisme à travers un pack d'accueil qualitatif permettant de prendre en compte les visiteurs dès leur arrivée en gare ou à l'aéroport, et pendant tout leur séjour (pavoisement de la ville aux couleurs de la manifestation, pass transport préférentiel, stand de l'office de tourisme sur la manifestation...). Par ailleurs, « OnlyLyon Events », label créé par le bureau des congrès en 2006, propos une carte remise aux participants pour bénéficier d'un accueil privilégié dans une centaine de commerces, de restaurants et d'établissements lyonnais. En 2008, nous avons déposé 37 dossiers de candidature. Notre destination en remporte environ un tiers. Les membres locaux d'association qui ont remporté une candidature avec le bureau des congrès sont ensuite intégrés au circuit VIP de la Ville. »

Strasbourg : promouvoir la destination

« Avant de commercialiser un palais des congrès, on fait la promotion de la destination qui permet de se démarquer, rappelle **Cathy Spielmann**, directrice commerciale du palais des congrès de Strasbourg.

Notre palais des congrès, avec plus de 30 ans d'expérience, organise 260 manifestations par an dont environ 120 congrès. Les congrès médicaux constituent notre cœur de cible. Nous identifions un acteur local, partenaire potentiel pour porter la candidature de la ville. L'équipe du palais des congrès comporte une cellule de prospection qui assure le benchmarking et travaille à 4 ou 5 ans, une équipe de vente et une équipe de mise en œuvre. »

« Le **Strasbourg** convention bureau, créé en septembre 2008 pour fédérer les acteurs de la filière, prend le relais du palais des congrès pour développer l'industrie des rencontres professionnelles, précise sa directrice **Mireille Dartus**. Il assure les missions traditionnelles d'un bureau des congrès en amont du projet (mise à disposition du prescripteur potentiel de l'information sur la destination, les prestataires, les lieux d'accueil ; aide au montage du dossier de candidature et présentation aux décideurs de l'association ; organisation des visites de repérage des responsables associatifs ; lettres de soutien de représentants locaux de la filière d'activité concernée, du maire...). L'accompagnement se poursuit jusqu'en fin de manifestation. Les congrès associatifs constituent l'un de nos principaux marchés. »

Marseille : un réseau local

« À Marseille, le tourisme d'affaires est porté par le convention bureau de l'office de tourisme qui constitue, pour les organisateurs, le point d'entrée dans la ville, l'interlocuteur unique dont le professionna-

L'activité congrès à Paris en 2008

900 congrès, 600 000 participants.
 63 % des congrès comptent moins de 500 participants.
 71 % sont à rotation nationale et 29 % à rotation internationale.
 66 % se tiennent dans les sites scientifiques et les centres de congrès.
 46,5 % sont liés au secteur médical.
 Durée moyenne des congrès : 2,5 jours.
 18 centres de congrès et d'exposition.

lisme facilite l'organisation de la manifestation, explique **Maxime Tissot**, directeur général de l'office de tourisme et des congrès. Un programme d'accueil des congrès est en cours de mise en place avec les professionnels locaux. Dès son arrivée à la gare ou à l'aéroport, le congressiste doit être pris en charge et reconnu. Les taxis marseillais ont le programme complet des manifestations de la ville, dont les congrès.

Un soutien logistique

Le concept « Marseille candidate » consiste à détecter des congrès potentiels en permettant à des professeurs de médecine, des chefs d'entreprise ou des présidents d'associations de déposer la candidature de Marseille pour leur congrès en bénéficiant du soutien logistique et du réseau de l'office de tourisme. Soixante-dix pour cent des congrès ayant lieu à Marseille sont liés aux domaines scientifique ou médical. Nous informons l'Assistance publique des hôpitaux de Marseille sur les capacités d'accueil et l'implication de la ville en matière de congrès.

Depuis 6 ans, nous travaillons sur cette activité avec des médecins qui organisent des congrès récurrents et qui constituent un réseau d'identification de prescripteurs. Le bureau des congrès intervient auprès de la chambre de commerce, de l'union patronale et des services de communication de l'Assistance publique pour présenter Marseille en tant que ville de congrès et rappeler que les décideurs chefs d'entreprise ou présidents d'associations peuvent porter la candidature de leur ville pour organiser leur congrès national ou européen. Souvent, organiser un congrès national permet de détecter des interlocuteurs susceptibles de porter un futur congrès international.

Les élus marseillais sont des ambassadeurs et des relais qui mettent en avant leur destination et qui communiquent leurs contacts au bureau des congrès. Par exemple,

dans le cadre de la candidature de Marseille à l'organisation du Forum mondial de l'eau en 2012 (plus de 10 000 personnes), le maire a soutenu la candidature à Istanbul et une élue l'a soutenue à Genève. Des manifestations importantes nécessitent une collaboration avec les villes environnantes pour l'hébergement, avec les transporteurs, le comité départemental du tourisme, la fédération de l'industrie hôtelière. Nos partenaires hébergeurs rédigent des lettres de soutien en s'engageant sur le respect des prix, la qualité des prestations ; la SNCF peut apporter un appui à la cartographie pour expliquer la facilité d'accès grâce au TGV, l'aéroport participe également. Même si les candidatures sont parfois lointaines, les circuits de décision peuvent être très courts et il faut s'y intégrer.

Sur le congrès associatif, notre démarche commerciale concerne les secteurs correspondant à nos pôles de compétence et de compétitivité (médecine, activités portuaires, nouvelles technologies). Nous demandons des lettres de soutien aux acteurs économiques et nous recherchons des relais dans le secteur concerné pour nous aider à porter la candidature.

Une fédération ou une association ressent la nécessité d'une reconnaissance de son activité et d'un accueil spécifique assuré par la Ville. D'où l'importance de rendez-vous préalables au congrès

avec le maire, le président de la chambre de commerce et de l'union patronale.

Le congrès a 3 niveaux de retour sur investissement : le retour direct (palais des congrès, traiteurs, hôtels...); le retour potentiel de certains congressistes en famille ; la présentation du tissu économique local aux congressistes (possibilités d'investissement en matière de bureaux, de locaux d'habitation, d'éventuelles délocalisations). Les organismes de promotion du tissu économique local prennent le relais après cette sensibilisation. **L'organisateur d'un congrès, le convention bureau et les pôles de développement économique doivent travailler en synergie pour optimiser l'impact d'un congrès.** Notre réseau d'ambassadeurs est régulièrement informé par le convention bureau et invité à des manifestations. Marseille organise 290 opérations par an dont 40 à 45 congrès associatifs. Un congressiste dépense 100 à 150 € par jour (hors transport aller-retour). Les chaînes hôtelières ont mis en place des cellules congrès car cette activité est considérée comme un potentiel de développement. Il est indispensable de disposer d'une garantie sur le contingent d'hébergement qui sera mis à disposition, sur la tarification qui sera appliquée et d'une certaine souplesse sur le nombre de participants hébergés dans l'hôtellerie. » ■

Lille: une démarche à long terme

Lille Métropole Europe convention bureau, créé le 1^{er} janvier 2007, assure la promotion de la destination lilloise, apporte son soutien aux prescripteurs de congrès et prospecte de nouveaux clients. Il constitue l'interlocuteur unique dont la vocation est de fédérer tous les acteurs de la filière pour cibler des congrès internationaux. « La commission des grands événements, créée au sein du bureau en mars 2007, réunit les prestataires concernés pour accompagner les grands congrès, explique **Charles-Éric Villain**, directeur de Lille Métropole Europe convention bureau. Le dossier de candidature est élaboré par le bureau des congrès et tous les partenaires impliqués et nous pouvons assurer sa présentation. Lorsque notre destination est retenue, l'organisateur participe à la commission pour exposer ses besoins à nos partenaires. Attirer de gros congrès associatifs constitue un processus à long terme. En 2007, le bureau des congrès nouvellement créé a généré 2,2 M € de retombées directes et indirectes sur la destination à travers les manifestations remportées, et 3 M € en 2008. »