

Strasbourg / Développement du tourisme d'affaires**Optimiser l'optimisme**

Comment développer le tourisme d'affaires dans la capitale européenne ? C'était le thème d'une soirée, jeudi soir à l'Aubette, réunissant autour du Strasbourg Convention Bureau (SCB) des leaders issus du monde économique et universitaire.

L'idée est simple : faire en sorte que ces décideurs deviennent des prescripteurs de Strasbourg au travers de leur notoriété, de leur image et surtout des événements qu'ils pourraient organiser. Et c'est là qu'intervient le Strasbourg Convention (prononcez à l'anglaise, ça fait plus chic, plus international en tout cas) Bureau. Président de la CUS, mais aussi de cet organisme, Jacques Bigot a rappelé que Strasbourg constituait « un lien naturel de la rencontre économique » et balayé d'un revers de manche l'argument du manque d'accessibilité que l'on étiquette trop souvent à la ville. L'effet TGV a reboosté Strasbourg. Certes, l'aéroport d'Entzheim (un peu plus d'un million de passagers en 2010) n'aura jamais la densité de Bâle-Mulhouse (plus de 4 millions), ni la visibilité de Francfort, mais la carte TGV est devenu un atout maître dans le jeu strasbourgeois. En 2016, Paris ne sera plus qu'à 1h50 « avec une continuité en direction de l'Allemagne et des pays de l'Est », tandis que la première mise en service de la liaison Rhin-Rhône (140 km) sera effective le 11 décembre prochain. « On se rapproche de Besançon et de Dijon qui sont des villes de province dynamiques », précise Jacques Bigot.

Parallèlement, le projet Wacken Europe (extension du PMC, nouveau parc des expositions et quartier d'affaires) présenté jeudi soir par Catherine Trautmann (lire ci-

dessous) ne peut que renforcer l'attractivité de la ville. « Un congressiste dépense davantage qu'un touriste » Si l'on ajoute que Strasbourg est un site de congrès, qu'il dispose d'une capacité hôtelière adaptée (7 000 chambres de la catégorie luxe jusqu'à l'économique) et qu'il jouit d'un important indice de notoriété (dimension européenne, culture, gastronomie, vins, arts et traditions, qualité de vie), la tendance est plutôt à l'optimisme. Un optimisme qu'il convient cependant d'optimiser. Et c'est là que le Strasbourg Convention Bureau entre en jeu. Il a pour vocation d'organiser des congrès, séminaires et autres colloques afin de promouvoir Strasbourg et sa région. Le SCB compte quatre personnes parfaitement trilingues et peut s'appuyer sur 100 adhérents qui gravitent tous autour de cette bulle du tourisme d'affaires. Ce sont des prestataires spécialisés dans la restauration, l'hébergement, les agences réceptives ou événementielles, les lieux de réunions et de spectacles, les opérations de prestige, les animations, les transports, les services etc.

« Mais l'une de nos missions consiste également à prospecter de nouveaux clients. Il faut savoir qu'un congressiste dépense davantage qu'un touriste et 30% d'entre eux reviennent à titre personnel sur leur lieu de séminaire », souligne Mireille Dartus, la directrice de Strasbourg Convention Bureau en lançant officiellement un appel aux prescripteurs locaux. Effet boule de neige et ligne budgétaire. En première ligne, les leaders économiques, mais aussi l'Université qui organise chaque année à Strasbourg quelque 90 colloques, dont une quarantaine parvient à rassembler plus de 100 personnes.

« Ces petits congrès peuvent avoir un effet boule de neige sur l'organisation de manifestations plus importantes, explique Alain Beretz, président de l'Université de Strasbourg. Mais il ne faut pas sous-estimer non plus la ligne budgétaire. Tout le monde n'est pas sponsorisé. Et parfois, le choix d'une ville de congrès se détermine selon la surface financière de l'organisateur. » Autrement dit, une ville peut aussi séduire, si elle sait se montrer moins gourmande qu'un concurrent. On l'aura compris, l'enjeu économique du tourisme d'affaires est une évidence. En ce sens, le Strasbourg Convention Bureau souhaite encore développer son interface avec les porteurs de projets désireux d'organiser un congrès, un séminaire, un colloque ou un salon dans la région. En livrant gracieusement ses compétences : interlocuteur unique, étude de faisabilité, activation du réseau de partenaires pour un accompagnement sur-mesure. Reste à savoir si tous les prescripteurs passeront par la case SCB et si Strasbourg réussira à conquérir de nouvelles parts de marché susceptibles de hisser la capitale européenne comme l'une des têtes de gondole des villes internationales de congrès.

Patrick Schwertz