

VOYAGES & STRATÉGIE

www.voyages-strategie.com

N°195 - SEPT. - OCT. - 2017 - 13€

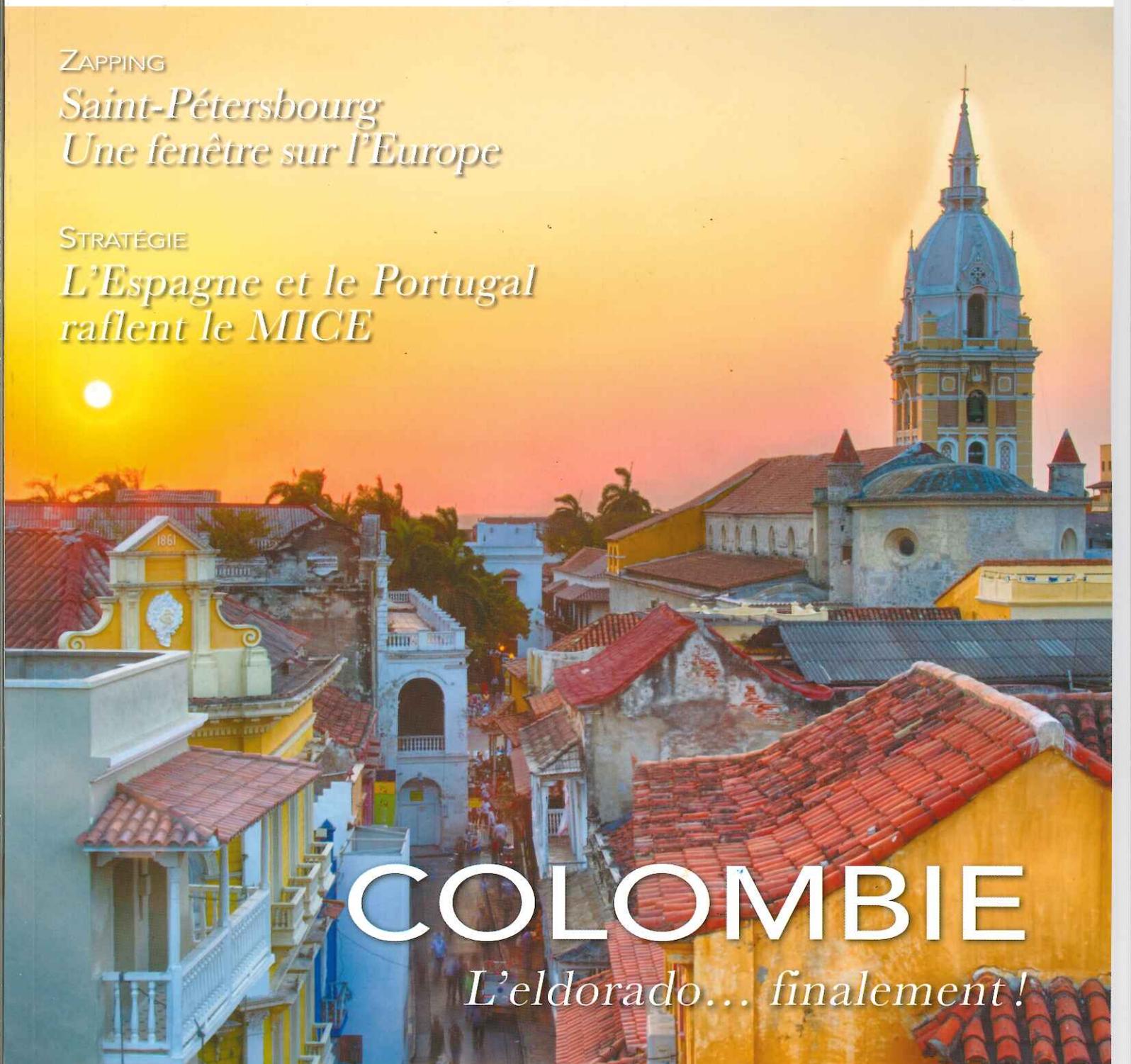
Le magazine de référence de la meeting industry

ZAPPING

*Saint-Pétersbourg
Une fenêtre sur l'Europe*

STRATÉGIE

*L'Espagne et le Portugal
raflent le MICE*



COLOMBIE

L'eldorado... finalement!

En bref

■ Les Villages Nature Paris ouvrent... enfin

Imaginé par Pierre & Vacances et Eurodisney, les 916 cottages (de 2 à 6 chambres) des Village Nature ont ouvert leurs portes le 1^{er} septembre, aux portes de Disneyland Paris. L'ensemble du resort, qui se veut respectueux de la nature, se compose de 5 univers récréatifs avec le complexe aquatique Aqualagon, la ferme Belle Vie, la promenade du Lac, les Jardins extraordinaires et la Forêt des Légendes.

■ Les touristes de retour en France

La fréquentation dans les hébergements touristiques en France a progressé de 10,2 % au 2^e trimestre 2017 comparé à l'an dernier, selon les derniers chiffres de l'Insee. Le nombre de nuitées a quant à lui augmenté de 4 % sur la période,



faisant grimper de 2,4 points le taux d'occupation moyen des hôtels, à 63,5 %. Après l'impact des attentats en 2016, l'activité touristique hexagonale reprend ainsi des couleurs, avec un rattrapage particulièrement important pour Paris, tant auprès de la clientèle française qu'internationale.

Noctis prend de la hauteur

Le groupe Noctis (dont AccorHotels vient de prendre 31 % du capital) enrichit son offre de lieux à Paris. Il s'associe à la Fondation Good Planet pour gérer un espace écoresponsable de 1 000 m² au sein du château de Longchamp. Noctis a également inauguré

L'Union fait la force en Alsace

Créé en 2012, le collectif Meet in Alsace a pour mission de développer le tourisme d'affaires à Strasbourg, Colmar et Mulhouse. Les différents « convention bureau » ont pour cela édicté une charte d'accueil et réuni leurs efforts, afin de promouvoir les trois villes. Strasbourg joue la carte européenne et les nouvelles technos, Mulhouse les techniques et le numérique, et Colmar l'œnotourisme grâce à sa situation au cœur des vignobles. Les nouveautés MICE ne manquent pas. Après trois ans de travaux, le palais de la musique et des congrès de Strasbourg a achevé sa mue. Il réunit désormais un hall de 3 000 m² et trois amphithéâtres, de 500 à 1 900 places. Le parc zoologique de Mulhouse s'est doté d'une salle de séminaires (20 à 80 places selon la configuration) située face à l'espace Grand Nord où barbotent les ours blancs. L'ancienne usine textile DMC a quant à elle été transformée en ateliers d'artistes et pépinière d'entreprises. Baptisé Motoco (pour



More to Come), ce lieu à l'architecture industrielle dispose de vastes espaces pour les événements.

Côté hébergements, Strasbourg ajoute deux 4* à son offre, avec le Boma (103 chambres) près de la gare et l'Okko Hotels dans l'étonnante tour Elithis (120 chambres). Colmar compte également deux nouvelles adresses avec le B&B Parc des Expositions (72 chambres) et le design 3* Colmar Hôtel (42 chambres), près de la gare. Enfin, à Mulhouse, le nouveau quartier d'affaires gare TGV a vu l'ouverture d'un complexe Ibis comprenant 68 chambres en Budget 2* et 76 pour l'Ibis Styles 3*.

La Vendée part en campagne

Afin de renforcer sa place sur la carte hexagonale du tourisme d'affaires, la Vendée lance jusqu'au 14 octobre une 1^{re} campagne de communication digitale, avec pour slogan : « La Vendée, terre d'entrepreneurs et d'événements ». C'est l'occasion pour le département de dévoiler dans une vidéo promotionnelle ses atouts, comme l'innovation de ses entreprises, la qualité de l'accueil et l'accessibilité

via notamment l'aéroport ou la gare SNCF de Nantes. Mais aussi de présenter les produits adaptés aux congrès, séminaires, incentives. Un espace dédié a pour cela été créé sur le site vendee-tourisme.com présentant l'offre, les actualités MICE et les interviews vidéos de 11 entrepreneurs locaux insistant sur le bien-fondé d'organiser un événement en Vendée. Sans oublier quelques forfaits spéciaux réunis sous l'appellation « La Folle Rentrée ». Pour séduire agences événementielles et entreprises, cette campagne digitale sera répétée chaque année pendant 1 mois, durant 5 ans. L'investissement s'inscrit parmi les actions menées depuis 2009 par la filière tourisme d'affaires vendéenne qui regroupe 45 acteurs (hébergeurs, agences spécialisées, lieux événementiels...).