

Supplément Congrès, Séminaires, Incentive, Motivation

VOYAGES
STRATEGIE

& événements conventions

Magazine bimestriel - N° 20 - Avril / Mai 2018
www.evenements-conventions.com

ENQUÊTE

Convention bureaux
français & bureaux
des congrès
Moteurs de croissance!

RÉGION

La Bretagne
Un nouveau phare
pour le MICE

DÉCRYPTAGE

Grenoble
Bienvenue à cimes city

Téléphérique de Grenoble - Bastille

CONVENTION BUREAUX & BUREAUX DES CONGRÈS MOTEURS DE CROISSANCE!

Conscients de l'importance de préserver les attraits de nos territoires, moteurs du tourisme, « convention bureaux » ou « bureaux des congrès » ont pour principal objectif de promouvoir, capter et canaliser l'industrie de la réunion en France. Mais comment procèdent-ils exactement ? Sur quelle base ? Avec quels moyens ? Éléments de réponses avec Événements & Conventions.

Par Damien Serge Lejal

3 Conseils

Selon le type de séminaire souhaité, ajustez l'établissement hôtelier qui offrira les fonctions et services adéquats : réactivité - flexibilité - originalité - proximité avec le client - détente & loisirs.

En cas d'appel à un prestataire, vérifiez la compatibilité du matériel, la durée d'une installation supplémentaire, le surcoût...

Déterminez le nombre de participants. S'agit-il de collaborateurs de l'entreprise (personnes se connaissant, nouveaux employés ?) ou d'externes comme des clients ?

Chaque année, la France accueille des millions de touristes qui viennent découvrir les richesses du patrimoine culturel et naturel de nos régions. L'environnement étant la grande force de l'Hexagone en termes d'attractivité. Selon l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), avec une hausse de 4,1 % du nombre de nuitées sur l'année 2017, la fréquentation touristique a poursuivi son embellie, effaçant de fait les reculs précédents essentiellement liés aux attentats de 2015. L'Insee estime qu'entre juillet et septembre 2017, le nombre de nuitées a franchi le seuil des 200 millions pour la première fois. Le tourisme d'affaires n'est pas en reste, puisque selon la CCI Paris Ile-de-France, toujours pour 2017, 20,2 milliards d'euros de CA ont été réalisés par les entreprises sur les salons franciliens, près de 4,2 milliards d'euros de retombées économiques pour le seul territoire francilien, avec un nombre record de congrès enregistré : 1 118 pour 854 000 participants.

Des bons résultats à relativiser, car si la clientèle française a plébiscité les congrès franciliens (+21 % entre 2015 et 2016), il n'en est pas de même pour les congrès internationaux (93 % de la fréquentation étrangère) qui enregistrent une diminution de 8 % des participants étrangers entre 2015 et 2016, en particulier concernant les congrès de moyenne envergure (-23 %). Sur ce segment, l'Ile-de-France perd des parts de marché. Par ailleurs, un grand nombre de régions et monuments touristiques deviennent inac-

cessibles pour raisons de sécurité, mettant parfois en péril l'économie de pays entiers, la France n'étant pas la seule à être visée et touchée par le terrorisme. Elle est cependant toujours impactée par la création, le pilotage, la production et la logistique de manifestations dont les normes de sécurité et d'accessibilité sont de plus en plus réglementées, freinant les conditions d'accueil, et, plus grave, les développements innovants inhérents à l'entrepreneuriat. Autre point spécifique, en raison d'un héritage encombrant vieux de deux siècles, le découpage territorial fait état de 26 régions, 101 départements et 36 600 communes, sans parler des métropoles, des intercommunalités ou des nombreuses autres formes institutionnelles locales. Un organisateur d'événements, a fortiori lorsqu'il est étranger, a de quoi sourcilier lorsqu'il doit entrer en contact avec une institution en charge du tourisme en France. À qui doit-il s'adresser pour l'aider à développer son projet ?

Une profusion de structures

Doit-il contacter un OTSI (Office de tourisme et syndicat d'initiative) ? À titre indicatif, la région Lorraine compte à elle seule une centaine d'OTSI, et la France, pas moins de 2 400 offices de tourisme et 400 syndicats d'initiative ! Un CRT (Comité régional du tourisme) ? Une ADT (Agence de développement touristique) ? Une ART (Agence de réservation touristique) ? Un CDT (Comité départemental du tourisme) ? Une AD(R)T/CDT ? À leurs organes fédérateurs ? La FNOTSI (Fédération nationale des offices de tourisme et syndi-

LES PRINCIPALES MISSIONS D'UN CONVENTION BUREAU

- Promouvoir une destination sur le marché des rencontres et événements d'affaires.
- Fédérer l'offre de la destination (centres de congrès, hôtels, lieux événementiels, prestataires, transporteurs, etc.).
- Entretenir collaboration et synergie avec les réseaux de partenaires.
- Accompagner et coordonner les candidatures congrès sans contrepartie financière.
- Promouvoir, capter et canaliser le tourisme d'affaires.
- Présenter des candidatures à des organisations nationales et internationales.
- Offrir aux organisateurs un service gratuit et impartial d'informations et d'assistance (meeting guide...).
- Élaborer un plan de marketing annuel où seront établis les actions à entreprendre et les objectifs à atteindre.
- Élaborer des statistiques et des études des marchés et tendances; malheureusement tous n'ont pas toujours de chiffres à communiquer!
- Informer et collaborer avec les organisateurs, également étrangers, dans leurs demandes et développement d'activités.

cat d'initiative)? La FNCRT (Fédération nationale des comités régionaux du tourisme) devenue « Destination Régions »? La FNC-DT (Fédération nationale des comités départementaux du tourisme) remplacée par Tourisme & Territoires? À un Club spécialisé? Une association régionale regroupant des grandes infrastructures? Cet organisateur, déboussolé, peut donc légitimement se demander si la multiplication des structures ne tend pas à affaiblir la cohérence de la politique touristique ainsi que la rapidité de décision et d'exécution de son projet. En effet, chaque gouvernement souhaitant laisser son empreinte, pourquoi faire simple quand on peut faire compliqué? Au cœur d'une transition profonde - mondialisée, numérique et climatique - on le voit, en France le tourisme relève davantage d'une résultante politique que d'un secteur doté de méthodes et de moyens propres! C'est là heureusement qu'interviennent les clusters, réseaux territoriaux constitués de PME et de TPE appartenant à la filière du tourisme, les pôles d'excellence et les convention bureaux, à la croisée de l'institutionnel, du privé (agences et prestataires événementiels), et des besoins concrets des organisateurs d'événements, principalement pour leurs congrès, conventions, grands séminaires et activités incentives.

Le rôle d'un convention bureau est de promouvoir une destination sur le marché des rencontres et événements d'affaires en simplifiant les démarches via une « porte d'entrée » unique.

Le convention bureau: un interlocuteur unique

Plus seulement le privilège des grandes villes, les cités de taille moyenne se positionnent de plus en plus sur les filières MICE via une organisation spécifique (pas toujours exemplaire), ou parfois, à l'appui d'une marque ombrelle (Biarritz-Pays Basque, La Baule Événements, Inspire Metz, LH MICE, Destination Quimper...) à grand renfort de communication marketing intégrée. De nouveaux dispositifs d'accueil sont mis en place avec l'appui de prestataires locaux, sur adhésion payante ou gratuite (plus rare) au sein du convention bureau fédérateur. Des prestataires professionnels, mais également des ambassadeurs, des individuels, pipoles, ou des clubs d'experts, qui participent désormais ensemble au rayonnement de leur destination. Via une offre globale, dans une neutralité revendiquée - encore que pour s'assurer de cette impartialité il faudrait collecter chaque appel entrant, un par un, et vérifier l'orientation de ces appels au sein de chaque convention bureau. Pour cela, laissons faire les organismes de contrôle! Le rôle d'un convention bureau est de promouvoir une destination sur le marché des rencontres et événements d'affaires en simplifiant les démarches via une « porte d'entrée » unique. Ils pourront par exemple développer telle ou telle sensibilité en fonction des demandes reçues, qu'il s'agisse de technologie ou de développement durable comme s'y sont déjà engagés Nantes Saint-Nazaire, l'OTC de Paris, l'Aube en Champagne, etc. Enfin, dans un contexte en évolution constante, à l'instar des ADT/CDT et CRT, ils déploient une programmation d'opérations BtoB dans des plans d'actions plus ou moins percutants: promotion vers les marchés cibles, visibilité sur les salons spécialisés, développement de partenariats avec les lieux représentatifs ou atypiques de la destination valorisée, fidélisation de leurs clients et visiteurs, soutien matériel en termes de promotion aux partenaires porteurs d'événements, achats média on et off line, etc. Objectif: aider les acteurs du tourisme d'affaires tout en valorisant le dynamisme de leur destination en France et/ou à l'international. Qui sont-ils et quelles sont leurs spécificités? Événements & Conventions a souhaité en savoir plus et présenter dans ces colonnes des convention bureaux de différentes tailles (liste non exhaustive), dépendants de différentes structures juridiques et situés dans tout l'Hexagone.

●●●

Le nombre moyen de participants aux congrès a également augmenté passant de 758 en 2015 à 764 aujourd'hui. Les retombées économiques du segment salons et congrès (chiffre 2016, hors événements d'entreprise) sont estimées à 5,5 milliards d'€ (1,2 milliard pour le segment congrès, + 1,3 % par rapport à 2015). En termes d'hébergement: la clientèle affaires a représenté 52 % des nuitées hôtelières en 2016 (hors meublés touristiques). La capacité totale dans le Grand Paris est de 2029 hôtels et 118669 chambres (toutes catégories / 7 000 chambres supplémentaires prévues d'ici à 2020). 150000 chambres en Ile-de-France.

> convention.parisinfo.com (plate-forme d'échanges avec les professionnels parisiens et associations)
> convention.parisinfo.com/evénements/congres2

ONLYLYON CONVENTION BUREAU



Créé en 1986, ONLYLYON Convention Bureau est une émanation de l'office du tourisme de la métropole de Lyon (association loi 1901). Subventions de la métropole de Lyon. 9 personnes dont 3 en charge du développement « Associations et Corporate ».

LYON CONVENTION BUREAU



► Fédération et promotion de l'offre des partenaires (patrimoine, structures d'accueil, hébergement, lieux d'exception, activités...), accompagnement des organisateurs d'événements, services gratuits, outils (meeting planner bilingue, etc.)

► Promouvoir Lyon en France et dans le monde entier.

► Le convention bureau s'appuie sur la marque territoriale ONLYLYON, dont émane un réseau de près de 25000 ambassadeurs. 300 ambassadeurs scientifiques et porteurs locaux, prescripteurs et influenceurs, pour le seul convention bureau.

► ONLYLYON, tête de proue de 13 partenaires institutionnels dont le convention bureau, génère un fort sentiment d'appartenance. Il fédère tous les acteurs et permet la mutualisation des moyens et des compétences.

► Comme pour les grands salons, des dispositifs d'accueil, avec le concours de partenaires clés de la Collectivité, sont sans cesse développés. La vocation du convention bureau étant d'accroître, à long terme, la part de congrès associatifs liés aux principaux pôles de compétitivité.

LYON CONVENTION BUREAU



Budget de l'office de tourisme: environ 6,80 M€, intégrant le fonctionnement mais également la mise en œuvre du dispositif d'accueil « Welcome by ONLYLYON » inhérent aux grands congrès (meilleure gestion des flux, services ajoutés, signalétique dédiée, etc.). Lyon Métropole au global: 1 milliard d'euros de CA généré par le tourisme. 2^e métropole économique de France. 4^e aéroport de France (120 destinations directes). 2^e pôle français de recherche. 15000 chambres (+ de 18000 avec les résidences de tourisme). L'hôtellerie d'affaires représente 65 % de l'offre totale de la métropole. 176 espaces de réunion dont 5 sites majeurs (centre des congrès de Lyon, Eurexpo, Halle Tony Garnier, Espace Tête d'Or, Parc OL).

> www.lyon-france.com

STRASBOURG CONVENTION BUREAU



Association de droit local, le Strasbourg Convention Bureau a été créé en 2008 par l'Eurométropole, la Ville de Strasbourg et les professionnels de la filière congrès. Financements publics/privés (Eurométropole, Ville de Strasbourg, Région Grand Est pour des actions partagées avec Colmar et Mulhouse, Chambres consulaires, organismes de la promotion touristique et adhérents à l'association). 4 personnes. Plus de 130 membres.

STRASBOURG
CONVENTION BUREAULES 

- ▶ Performance de l'offre événementielle, accessibilité avec valorisation des liaisons raccourcies qui desservent la ville depuis Paris, Bruxelles et l'Allemagne.
- ▶ Nouvelle identité visuelle et renfort de la communication digitale.
- ▶ Dispositif incitatif « Helloptimist » lancé en 2016 et piloté par l'eurométropole de Strasbourg, vecteur de prospection créé pour encourager la tenue d'événements faisant écho aux filières d'excellence.
- ▶ Promotion ciblée sur les organisateurs d'événements professionnels aux niveaux national et international. Une quinzaine d'opérations annuelles de promotion de la destination, notamment à Barcelone, Cannes, Francfort, Las Vegas, Lyon et Paris, appuyées sur la marque « Strasbourg the europtimist ».
- ▶ Gestion gracieuse des demandes d'organisateur d'événements.
- ▶ Accompagnement des projets en synergie avec les adhérents, travail en réseau avec les acteurs régionaux pour développer le tourisme d'affaires en Alsace, déploiement d'outils de communication, etc.
- ▶ Partenariat avec « Meet in Alsace », trait d'union européen entre la France, la Suisse et l'Allemagne.

STRASBOURG
CONVENTION BUREAULES 

Budget annuel du SCB, autour de 500 K€. Retombées de la filière tourisme d'affaires estimée à 149 M€ (2300 emplois en équivalent temps plein): 121 M€ dus aux salons professionnels et grand public, 21 M€ dus aux congrès, colloques, séminaires, etc. et 7 M€ dus aux séminaires et réunions d'entreprise en sites non dédiés. Pour le SCB depuis 8 ans: environ 80 M€ (pour les projets qui transitent par le SCB). Dépense moyenne d'un congressiste international: 770 € pour 2,45 nuitées lors d'un congrès à Strasbourg et 445 € et 1,85 nuitée pour un congressiste français

> www.mystrasbourg.com

TOURS VAL DE LOIRE
CONVENTION BUREAU

Inauguré en décembre 2016, le Tours Val de Loire Convention Bureau est un service intégré au sein de l'office de tourisme Tours Val-de-Loire sur initiative de la métropole Tours Val-de-Loire. Il compte une équipe de 10 personnes: un responsable et une assistante, 4 personnes (service hébergement, en lien avec le CB) et 4 personnes (service réceptif en lien avec le CB).

TOURS VAL DE LOIRE
CONVENTION BUREAULES 

- ▶ Facilitateur d'événements, interface et développeur de tourisme d'affaires: Conseil & accompagnement / Organisation des événements / Soutenance des candidatures.
- ▶ Fédère et informe les acteurs du territoire.
- ▶ Structuration thématique de l'offre territoriale.
- ▶ Participation à différents salons: MICE Connect, SO événements Bordeaux, IMEX..
- ▶ Mise à disposition de divers outils: meeting guide, site internet..
- ▶ Un parc des expositions (parmi les 10 plus importants de France), et un palais des congrès (parmi les 5 premiers de France) signé Jean Nouvel.
- ▶ 1 heure de trajet en TGV depuis Paris (Gare Montparnasse) - 1 h30 Roissy-Charles de Gaulle (liaison TGV directe).

TOURS VAL DE LOIRE
CONVENTION BUREAULES 

Budget du Tours Val de Loire Convention Bureau: 200 000 €. 1,4 million de touristes dont 32 % en provenance de l'étranger (moyenne par année). 750 000 visiteurs (grand public et professionnels) et près de 300 organisateurs d'événements (moyenne par année). 4 600 chambres d'hôtels (de 1 à 5 étoiles) sur Tours et son agglomération. 2 nouveaux hôtels 3* et 4* exploités par la société Hilton et livrés en 2020.

> toursconventionbureau.com

Une quinzaine d'opérations annuelles de promotion de la destination, notamment à Barcelone, Cannes, Francfort, Las Vegas, Lyon et Paris, appuyées sur la marque « Strasbourg the europtimist ».