

## TOURISME D'AFFAIRES

# Trois villes, une destination

Yolande BALDEWECK

---



*Les prescripteurs parisiens ont fait une halte à la Cité de l'automobile, à Mulhouse. Photo L'Alsace*

**Meet in Alsace, dédié au tourisme d'affaires, a organisé un roadshow pour 36 prescripteurs parisiens. Avec ateliers et visites dans les trois grandes villes.**

Le tourisme d'affaires est en mutation. Comment convaincre des décideurs de programmer des événements en Alsace ? « Il n'y a pas une seule personne qui organiserait un événement dans un territoire qu'elle ne connaît pas », assure Nicolas Godard, PDG de la société Meet and Com, spécialiste de la promotion du tourisme d'affaires.

Pour la première fois, il a proposé un roadshow pour les 36 prescripteurs venus de la région parisienne. Certes, ils auront des rendez-vous et des ateliers, des workshops, avec des professionnels du tourisme alsacien, des hôteliers, responsables de musées, représentants d'entreprises comme Batorama et CroisiEurope, sans oublier le Parc du Petit Prince ou la confrérie Saint-Etienne...

Mais Meet in Alsace, qui fédère le « convention bureau » de Strasbourg et les services dédiés des offices de tourisme de Colmar et de Mulhouse, sous la houlette de l'Agence d'attractivité de l'Alsace (AAA), a élargi le programme à des visites dans les trois grandes villes qui se présentent comme « une seule destination ».

## • 149 millions d'euros et 2300 emplois

Arrivés il y a une semaine à Strasbourg, les prescripteurs ont d'abord rencontré les prestataires alsaciens avant de dîner au musée Unterlinden à Colmar. Puis le lendemain, ils se sont retrouvés à la Cité de l'automobile à Mulhouse pour d'autres workshops, et un baptême en voiture de collection, avant un départ pour le vignoble et la visite du domaine Cattin à Voegtlinshoffen.

Pour l'heure, les retombées économiques du tourisme d'affaires sont estimées en Alsace à 149 millions d'euros et 2 300 emplois à temps plein. Mais l'Alsace peut mieux faire. Au-delà des congrès, salons et séminaires, les trois villes veulent se positionner sur le marché européen des événements organisés par des entreprises. « Dans le temps, il suffisait d'un palace cinq étoiles au bord de la mer. Aujourd'hui, on recherche des territoires qui permettent aux entreprises de mettre en avant leurs valeurs et leur cohésion », explique Nicolas Godard. Dès lors, les organisateurs incluent aussi des visites d'entreprises. Un appel à projets est d'ailleurs lancé par la région Grand Est pour soutenir ce type d'investissement.

En accueillant les participants à la Maison Kammerzell de Strasbourg, le président de l'Eurométropole Robert Herrmann a présenté la région comme « un territoire unique au monde » l'inscrivant dans un espace culturel plus large de Bâle à Heidelberg. Il a aussi insisté sur les atouts économiques et en matière d'innovation, « au-delà des trois C : cathédrale, cigognes et choucroute ».

« Une grande dose de technicité, un soupçon d'imagination, des petits grains de nouveauté et la passion de l'excellence et de l'accueil, voilà la recette de l'événement qui vous réunit en Alsace », a renchéri Marie-Reine Fischer, 1<sup>re</sup> vice-présidente d'AAA lundi soir à Colmar. Et de mettre en avant l'Alsace comme « territoire historique, terre d'échanges et de passages, actrice de la construction de l'Europe ». Mais « c'est aussi une région belle, naturelle, gourmande, festive... » Car l'enjeu est de taille. « Non seulement le tourisme d'affaires rapporte davantage, mais il est aussi la locomotive du tourisme de loisirs... » Plus de 80 % des personnes qui viennent chez nous pour des raisons professionnelles ont le projet de revenir en Alsace.

