

Rapport d'activités 2013



SOMMAIRE

34, rue du Tivoli
FR 67000 Strasbourg
Tél. +33 (0)3 88 13 41 30
Fax +33 (0)3 88 16 56 82
contact@mystrasbourg.com
www.mystrasbourg.com

Association inscrite au registre des associations
du Tribunal d'Instance de Strasbourg
Volume 86 Folio 48 - SIRET 503 961 955 00021

I. Le Strasbourg Convention Bureau, une porte d'entrée et un acteur incontournable en Alsace

A) Vie de l'Association	3
Newsletters mensuelles	4
Nouveautés 2013	
Outils de promotion	
Réunions d'information	
Benchmarking	
B) Démarche de promotion collective	5
Le SCB fédère un réseau de professionnels	
Le SCB fait partie d'un réseau de professionnels locaux, nationaux, internationaux	6
My Ticket	7

II. Le Strasbourg Convention Bureau, entreprenant et à l'écoute

A) Nos cibles géographiques	8
Marché national	
Marchés européens	10
B) Nos cibles fonctionnelles	12
Des agences événementielles et de tourisme d'affaires	
Des associations nationales et internationales	
Des entreprises	
Des prescripteurs locaux	
Des temps fort	13
C) Le SCB présent dans la presse MICE	
Presse nationale	
Presse internationale	15
Accueils presse	
Insertions presse	

III. Plan d'actions partagé au niveau régional

Contrat Cadre de Destination " Tourisme d'Affaires " Alsace 2013-2014-2015	16
Communication	17
Les actions complémentaires Meet in Alsace 2013	
Salon national	
Salon international	
Eductours / présentations de la destination Alsace	
Roadshow	

IV. Les chiffres clés en 2013

A) Promotion et prospection	18
Actions de promotion	
Editions et goodies	
Campagnes d'e-mailing	
Presse	
Site internet	
Réseau d'adhérents	
B) Accompagnement de projets	19
Graphiques des projets réalisés	
C) Résultats de l'observatoire économique	21
Estimation des retombées économiques pour les projets accompagnés par le Strasbourg Convention Bureau	
Graphique des raisons des échecs	
Résultats de l'observation économique	

I. Le Strasbourg Convention Bureau, une porte d'entrée et un acteur incontournable en Alsace

A) Vie de l'Association

Depuis son lancement en 2008, le Strasbourg Convention Bureau (SCB) s'est développé et s'est créé une place incontestable sur le marché du MICE* .

Ses diverses opérations de communication, de promotion et de prospection, permettent à la destination de bénéficier d'une image nouvelle, dynamique et engagée, dans la continuité du développement de la stratégie touristique des institutions locales.

Cet organisme neutre et objectif a été impulsé par la Communauté Urbaine de Strasbourg et la Ville de Strasbourg et est soutenu également par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin, la Chambre des Métiers d'Alsace, la Chambre d'Agriculture, le groupement des Hôteliers Restaurateurs Débitants de Boissons du Bas-Rhin et le Groupement National des Chaînes Hôtelières.

Le soutien de la région s'inscrit, depuis 2013, dans le cadre du Contrat de Destination qui a été signé à Strasbourg, en présence de la Ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme Sylvia Pinel, le 22 juillet. Les trois collectivités territoriales ont également abondé à ce contrat, ce qui a permis une montée en puissance des actions menées sous la bannière « Meet in Alsace ».

Le SCB étant une association de droit local, ses particularités et son fonctionnement sont votés lors de réunions statutaires. En 2013 ont eu lieu : 2 bureaux élargis, 2 Conseils d'Administration et 1 Assemblée Générale.

Le SCB est composé d'une équipe de 4 professionnels du tourisme d'affaires, de locaux situés à Strasbourg dans le quartier du Wacken et d'un budget de 480 000 €.

L'équipe du SCB a accueilli début 2013 un assistant de communication.

(* Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions)



Newsletters trimestrielles

Le SCB s'engage à informer l'ensemble de ses adhérents de ses actions en diffusant une newsletter trimestrielle dans laquelle apparaissent les informations suivantes : les activités de l'association, les opérations à venir, la fréquentation du site internet et les parutions dans la presse.

Outils de promotion

Le SCB met à la disposition de ses adhérents des outils permettant la promotion de la destination : logos adhérents, présentation de la destination en 3 langues (français, allemand et anglais) et documentation relative à l'association.

Benchmarking

Depuis 2011, le SCB est régulièrement consulté par plusieurs villes qui ont le projet de créer un Convention Bureau sur leur territoire. En effet, notre structuration, nos financements, le fonctionnement de nos dispositifs, notre plan d'actions, le déploiement de nos services... ont déjà été pris pour exemple par le passé (Tours, Rennes, Rouen...). En 2013, nous avons eu des échanges d'expériences avec Nancy Tourisme.

Nouveautés 2013

Statistiques adhérents

Depuis le 1er octobre 2013, les adhérents reçoivent tous les 3 mois les statistiques les concernant : nombre de visites de leur page sur mystrasbourg.com, nombre d'e-mails reçu via notre site, nombre de redirections de notre site vers leur site, et les projets pour lesquels les adhérents ont été recommandés auprès de clients potentiels.

Notification de réalisation d'un projet

Dans le cadre du suivi des projets traités par le SCB, les adhérents retenus pour un projet sont prévenus par une notification envoyée par mail. Cette notification a pour but d'informer qu'à un moment donné dans la mise en place de l'événement, le SCB a recommandé les adhérents auprès des clients.

Réunion d'information

Le 14 novembre 2013, le SCB a réuni au Salon Rouge – résidence Charles de Foucauld ses adhérents ainsi que de potentiels adhérents, pour un petit-déjeuner d'information. Les actions entreprises en 2013 ont été présentées ainsi que le plan d'actions 2014. Une soixantaine de personnes se sont présentées pour ce moment de convivialité et d'échanges. Cette action a motivé de nouvelles adhésions.

B) Démarche de promotion collective

Le SCB fédère un réseau de professionnels

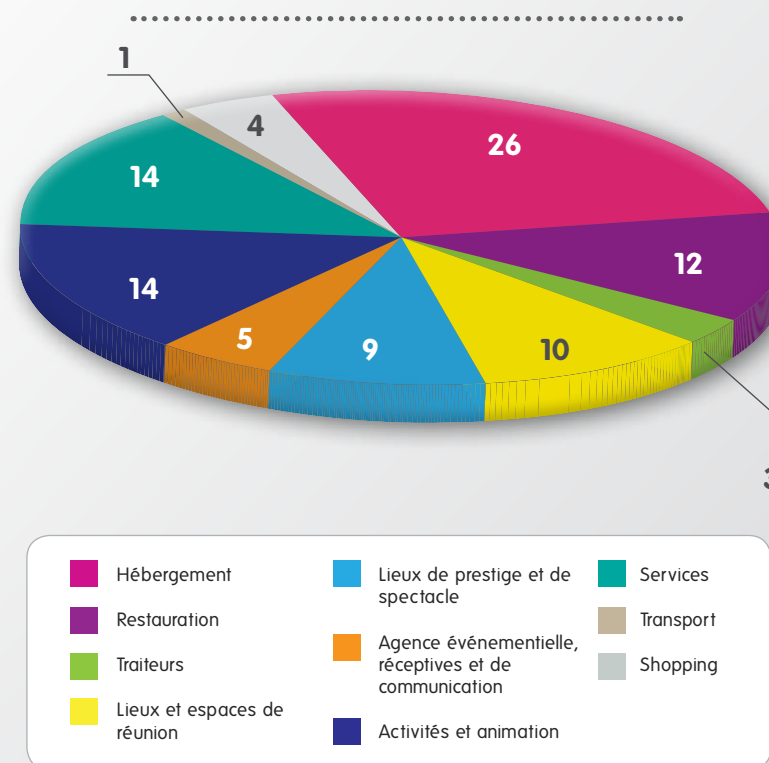
En 2013, la campagne d'adhésion annuelle a permis le recrutement de nouveaux adhérents et le renouvellement d'adhérents de 2012. A noter que depuis 2013, il est offert aux nouveaux adhérents la possibilité, à partir du mois d'avril, de bénéficier d'une cotisation proratisée.

Ce sont au total 98 adhérents qui se sont inscrits au SCB, contre 101 en 2012 : bilan relativement stable en nombre d'adhérents avec un montant des cotisations 2013 supérieur à celui de 2012. L'objectif est de stabiliser le nombre d'adhérents autour de 100.



Réunion adhérents - 14.10.13
Salon Rouge Résidence Charles de Foucauld

98 ADHÉRENTS EN 2013



POUR MÉMOIRE : 101 ADHÉRENTS EN 2012

Le SCB fait partie d'un réseau de professionnels local, national et international

Les instances de tourisme alsacien

L'Agence d'attractivité de l'Alsace, l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin et l'Office de Tourisme de Strasbourg et sa Région travaillent en collaboration étroite avec le SCB en vue de participer à des opérations communes de promotion de la destination.

De plus, le SCB a contribué à l'observatoire économique en collaboration avec l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace (ORTA) et la participation de certains hôteliers membres et de Strasbourg événements afin d'identifier les chiffres clés du secteur en Alsace (résultats de l'étude de la page 22 à 25).



Nos réseaux nationaux et internationaux

Atout France

Depuis sa création, le SCB a affiché sa volonté de participer à la promotion de la France et de ses régions aux côtés d'Atout France (Agence de Développement Touristique de la France) et plus précisément du Cluster Tourisme d'Affaires (anciennement CFTAR – Club Français de Tourisme d'Affaires Réceptif). Leurs actions sont multiples : rapports et études sur les tendances du marché, rédaction de newsletters, démarchages, roadshows et éductours sur des marchés ciblés, zone France sur les salons internationaux, workshops...

- Participation à l'Assemblée Générale annuelle du Cluster Tourisme d'Affaires le 11 décembre.



France Congrès

Aux côtés de Strasbourg Convention & Exhibition Centre (Strasbourg événements), le SCB a participé aux actions proposées par France Congrès. En janvier 2013 le SCB a participé aux 25èmes « Journées France Congrès » à La Rochelle ainsi qu'à la démarche « Qualité & Développement Durable » spécifique aux Bureaux des Congrès au niveau national et qui vise à développer une charte partagée.



ANAé

Participation du SCB à la 5ème édition des Universités d'été de l'ANAé en juillet 2012 à Marseille.



My Ticket

En collaboration avec la Compagnie des Transports Strasbourgeois, le SCB avait lancé début 2011 une nouvelle offre de transport préférentielle destinée aux organisateurs de congrès.

Pratique et écologique, « my ticket » permet à ses utilisateurs de bénéficier d'un ticket unique sur une durée de trois jours, valable sur l'ensemble du réseau tram et bus, pour des trajets illimités. L'organisateur peut commander les pass (6,20 € au lieu de 9,30 € les trois jours) en amont de l'événement et faciliter l'arrivée des participants avec une utilisation immédiate.

En 2013, 20 organisateurs de rencontres économiques ont passé commande auprès de la CTS pour MyTicket, ce qui représente 6 446 tickets vendus et 15 894 journées de transports. Ce titre de transport est un avantage concurrentiel apprécié des organisateurs nationaux et internationaux.



II. Le Strasbourg Convention Bureau, entreprenant et à l'écoute

A) Nos cibles géographiques

Le SCB contribue à renforcer le positionnement de Strasbourg-Alsace et participe à son rayonnement international. Il étend ses principales actions vers des marchés de proximité tels que :

- Le marché national
- Les marchés européens
- Les marchés internationaux et émergents

L'accessibilité et la proximité de Strasbourg sont les deux atouts majeurs énoncés par les organisateurs d'événements provenant de ces marchés dans leur choix de destination. S'ajoutent l'attractivité de la région, englobant principalement la gastronomie et le vignoble, mais également les dimensions européennes, médicales et économiques justifiées par les Institutions Européennes, les centres de recherche et les facultés correspondantes ainsi que la présence de divers pôles de compétitivité en Alsace.

Marché national

Salons

Les salons incontournables du secteur ont lieu à Paris. Ils fédèrent les offres MICE et événementielles de l'ensemble de la France et pour certains de l'étranger.

La participation du SCB sur les salons a plusieurs objectifs :

- Renforcer et développer la notoriété de Strasbourg auprès d'organisateur en quête de nouvelles destinations
- Entretien de la relation commerciale avec des organisateurs de manifestations qui ont un projet en cours
- Etablir des contacts avec de nouveaux prospects
- Approfondir notre réseau de partenaires
- Inscrire sa présence sur le long terme

Remarque : les actions réalisées dans le cadre du plan d'actions Meet in Alsace sont signalées par l'apposition du logo

Salon Bedouk, 6 et 7 février à Paris au Parc des Expositions - Porte de Versailles

Salon qui fédère l'ensemble de la filière Tourisme d'Affaires et Événementiel, le Salon Bedouk offre un cadre unique pour rencontrer, échanger, découvrir les dernières tendances et nouveautés. En 2013, 500 exposants et près de 7 100 visiteurs y ont participé. Le SCB, présent sur un stand de 30 m² en îlot, était accompagné de 4 partenaires : Strasbourg Convention & Exhibition Centre (Strasbourg événements), les hôtels Sofitel Strasbourg Grande Île **** et Régent Petite France & SPA **** et le traiteur Effervescence. En retour, plus de 70 contacts et 10 projets.



Salon Réunir, 19 et 20 septembre à Paris au Carrousel du Louvre

meet in alsace
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

19èmes rencontres professionnelles autour de la branche séminaires et congrès. Lors de cette édition, le salon a accueilli 600 établissements et prestataires exposants et près de 2 200 visiteurs.

C'était la deuxième édition commune à Strasbourg, Colmar et Mulhouse sous la bannière Meet in Alsace. Sur ce stand de 30 m², le Strasbourg Convention Bureau était présent avec deux adhérents : Sofitel Strasbourg Grande Île **** et Strasbourg Convention & Exhibition Centre (Strasbourg événements). En retour, 130 contacts et 1 projet.



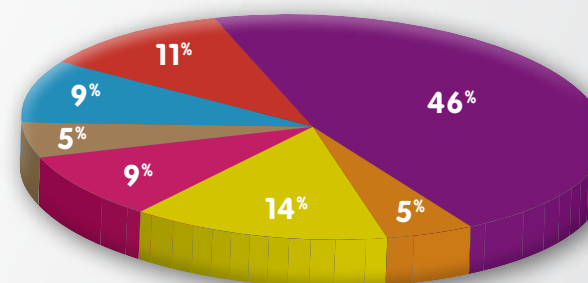
Marchés internationaux

Salons

MBT Market, 19 et 20 février à Munich Nouveauté 2013

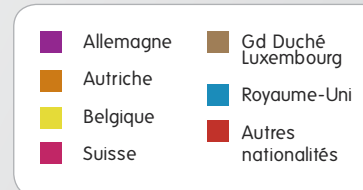
Le salon Mice + Business and Travel Market réuni 184 exposants et 1 800 visiteurs allemands. Le SCB était présent aux côtés de Strasbourg Convention & Exhibition Centre (Strasbourg événements) dans le but de renforcer les démarches visant les cibles allemandes. Ce salon a été l'occasion de rencontrer 25 nouveaux clients potentiels et de récolter 2 projets.

INTERNATIONAL / ORIGINE DES PROJETS EN 2013



Tendance 2012-2013 : Les actions vers l'international nous ont permis d'accompagner, en 2013, 56 projets pour des organisateurs internationaux.

Cela représente 16% des projets accompagnés en 2013.



Salon IMEX, 21, 22 et 23 mai à Francfort - Nouveauté 2013

meet in alsace
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

Ce salon est incontournable dans le secteur MICE car il rassemble un visitorat européen et international et plus particulièrement allemand. En 2013, avec 3 500 exposants, ce salon a attiré 8 800 visiteurs dont 3 900 Hosted-Buyers issus de 75 pays.

Strasbourg, Colmar et Mulhouse ont occupé sous la bannière Meet in Alsace un emplacement de 20 m² sur la zone France aux côtés d'Atout France. Le SCB était accompagné de cinq de ses partenaires adhérents: Strasbourg Convention & Exhibition Centre (Strasbourg événements), les hôtels Mercure Strasbourg Palais des Congrès **** et Sofitel Strasbourg Grande Île *****, l'hôtel A la Cour d'Alsace **** et l'agence Destination.

Au total, 92 nouveaux contacts et 4 projets.

EIBTM, 19, 20 et 21 novembre à Barcelone

Un des principaux salons de l'industrie des rencontres professionnelles en Europe avec 121 pays exposants. En 2013, plus de 8 900 visiteurs professionnels internationaux, 3 843 Hosted-Buyers et 65 000 rendez-vous préprogrammés : un événement international pour les professionnels du tourisme d'affaires. Présence aux côtés d'Atout France sur le pavillon Europe Espace France.



Workshops - nouveautés 2013

France Meeting Hub, 2, 3 et 4 octobre Marseille – Nouveauté 2013

Le nouvel événement du Cluster Tourisme d'Affaires qui réunit environ 150 acheteurs des marchés étrangers. La thématique de cette édition était : « Grands événements culturels et tourisme d'affaires ».

Cet événement a permis à 42 personnes de découvrir la destination lors de rendez-vous en tête à tête de qualité, de qualifier un éducteur et de récolter 1 projet. En 2015, cet événement aura lieu à Strasbourg et marquera également la clôture du Contrat Cadre de Destination.

Roadshow

Allemagne et Suisse, 4, 5, 6 et 7 novembre

meet in alsace
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

Le SCB a participé au roadshow « Affaires » en Allemagne et en Suisse organisé par Atout France Francfort, avec Colmar et Mulhouse sous l'égide Meet in Alsace. Ce roadshow déclinait la thématique « cuisine française » et s'est déroulé sur trois villes allemandes : Berlin, Francfort, Cologne et en Suisse à Genève. Cette action a permis au SCB de faire connaître la destination Strasbourg/Alsace à 132 contacts répartis sur les quatre étapes.

Meeting & Incentive Forum, du 22 au 26 octobre, Athènes – Nouveauté 2013

250 exposants – 360 acheteurs – une cinquantaine de rendez-vous préprogrammés sur la durée de l'événement. Les cibles visées : des agences et entreprises provenant de France, Allemagne, Angleterre, Benelux, Scandinavie, Italie, Suisse, et autres pays de l'Europe Centrale. Cette action a permis de rencontrer 63 personnes pendant des rendez-vous particuliers qualifiés, d'organiser trois éducteurs et de récolter directement 2 projets.

Eductours/présentation de la destination

Plusieurs éductours ont eu lieu sur Strasbourg en 2013. Les retours sur l'accueil et la qualité des services proposés aux visiteurs ont été très positifs. Cette année, nous avons souhaité privilégier des éductours « personnalisés », en petit comité très ciblé.

Eductour ESFH (European Society for Haemapheresis and Haemotherapy), 2 personnes, les 4, 5 et 6 juillet.

Eductour Agence Bleu Voyages, 12 personnes, les 22, 23 et 24 novembre.

Eductour Agences Parisiennes, 50 personnes, 15, 16, 17 novembre, en partenariat avec l'organisation du 13ème événement Agences Lucien Barrière.

Eductour BiVB (Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne) et Agence Mc Cann, 3 personnes, du 29 novembre au 1er décembre.

Eductour avec deux agences de Munich, 2 personnes, les 6, 7 et 8 décembre.

Eductour avec une agence Suédoise Appoint Conference & Travel, 2 personnes, les 13, 14 et 15 décembre.

Rencontre avec 25 clients de l'agence Couleur Evénements, le 11 décembre : déjeuner au restaurant Le Drouant à Paris, tenu par Antoine Westermann. Présentation de la destination et de son potentiel en vue d'un accueil en éductour courant 2014.

B) Nos cibles fonctionnelles

La promotion du SCB s'adresse à toutes les structures susceptibles de fédérer des personnes dans un cadre professionnel, économique, scientifique et universitaire.

La promotion de la destination se fait auprès :

Des agences événementielles et de tourisme d'affaires

Porteur d'affaires, les agences événementielles, réceptives et de tourisme d'affaires sont prescripteurs auprès de leurs clients (les entreprises et associations internationales) pour l'élaboration de soirées événementielles telles que les soirées de gala, les présentations de produits, mais également pour des séjours de récompenses, pour développer l'esprit d'équipe et les challenges avec les teambuilding et incentives. Elles interviennent également en tant qu'organisateur de congrès (PCO).

Des associations nationales et internationales

Malgré l'essor des nouvelles technologies de l'information et le développement du réseautage, les associations, fédérations et corporations sont à l'origine de rassemblements nationaux et internationaux de plus en plus fréquents : les congrès, conférences, symposiums, assemblées générales ou réunions statutaires en sont la preuve.

Ces manifestations concernent une pléiade de secteurs différents dont les plus importants sont les secteurs : médical, scientifique, technologique, environnemental, économique et universitaire.



Temps fort:
Tout ce que vous voulez savoir sur le nouveau Palais des Congrès de Strasbourg...

Des entreprises

Quels que soient les objectifs et les exigences des entreprises, les séminaires, les formations, les conventions, les roadshows et les présentations de produits représentent des solutions clés dans la stratégie de communication.

Fédérer les équipes, réfléchir à de nouvelles actions, présenter le bilan de l'année, former les commerciaux à de nouvelles techniques de vente, fidéliser ses collaborateurs... sont autant d'opportunités de rencontres dans le monde économique.

Les secteurs les plus porteurs de manifestations sont les secteurs biotechnologiques, pharmaceutiques, financiers et assurances, juridiques, automobiles et médicaux.

Des prescripteurs locaux

Strasbourg Convention Bureau communique tout au long de l'année auprès des décideurs du monde économique, institutionnel et du monde universitaire pour les sensibiliser à leur rôle de prescripteurs pour l'organisation de congrès et de rencontres économique à Strasbourg.

Temps fort : Tout ce que vous voulez savoir sur le nouveau Palais des Congrès de Strasbourg... Nouveauté 2013

Le 4 mars 2013, le Strasbourg Convention Bureau, en collaboration avec Strasbourg événements, a organisé un « temps fort » afin de présenter le projet d'optimisation et d'extension du Palais de la Musique et des Congrès (PMC) d'ici 2016, à la veille du début des travaux. L'objectif de cet événement était d'informer le monde économique strasbourgeois sur le projet et d'en expliquer la démarche et le calendrier. Près de 1 000 contacts ont été invités à cette soirée au PMC et 280 personnes étaient présentes.

C) Le SCB présent dans la presse MICE

Presse nationale

Le SCB communique régulièrement auprès de la presse nationale spécialisée mais aussi via la presse locale. Le but étant de renforcer le positionnement de Strasbourg, de démontrer la dynamique de la région en communiquant les actualités relatives aux adhérents du SCB et de présenter les événements phares à Strasbourg et dans la région.

En 2013, le SCB a décroché trois articles supplémentaires dans la presse nationale et internationale par rapport à 2012, dont trois dossiers spéciaux !

Retombées presse

- > **Janvier 2013 :**
Strasbourg s'envole avec Ryanair ! Meet In n°137
Le Tourisme en marche, La Gazette Officielle du Tourisme
- > **Février 2013 :**
Strasbourg voit grand ! La Tribune
- > **Mars 2013 :**
Le PMC restera ouvert durant la rénovation,
Dernières Nouvelles d'Alsace, 5 mars
- > **Avril 2013 :**
L'Alsace, l'aura du Rhin, Meet and Travel Mag n°19
- > **Juillet 2013 :**
Congrès et conventions à l'heure de la crise, Réunir n°86
Sylvia Pinel signe les premiers « contrats de destination »
touristiques, www.maire-info.com
et www.communes-touristiques.net



Le tourisme d'affaires, cause régionale,
Dernières Nouvelles d'Alsace, 23 juillet
Pinel signe les premiers « contrats de destination » nouvelle
formule, Agence France Presse Mondiales, 22 juillet
Pinel : les 1ers « contrats de destination »,
Le Figaro.fr, 22 juillet
Marché du tourisme d'affaires, l'Alsace mise sur l'unité,
Point Eco Alsace
TGV, l'atout incontournable, Point Eco Alsace

- > **Aout 2013 :**
Sylvia Pinel ambitionne de renforcer l'attractivité touristique
en France, L'Auvergnat, 01 août
- > **Septembre 2013 :**
Le tourisme d'affaires : une priorité de la stratégie de
développement touristique en Alsace,
www.regionalsace.eu, 16 septembre
Vos événements professionnels en Alsace,
Entreprendre SUPPLEMENT
- > **Octobre 2013 :**
Meet in Alsace, une marque fédératrice,
Les cahiers du tourisme
- > **Novembre 2013 :**
Faire de l'Alsace une destination internationale de choix,
Businessevent'
MyStrasbourg, l'interlocuteur pour vos événements,
Businessevent'

Presse internationale

Retombées presse

- > **Janvier 2013 :**
[Neues aus der Meeting-, Kongress- und Eventdestination Straßburg !](#) Newsletter Mice Destination
 - Atout France Autriche
- > **Mai 2013 :**
[60 Jahre Elsässer Weinstraße,](#)
 Frankreich Meeting Destination
- > **Octobre 2013 :**
[Elsässer Städtekooperation,](#) Events Magazin n° 4

Accueil presse

- > **18 et 19 mars,**
 M. Perruche, Directeur de la rédaction du magazine Meet and Travel Mag. Suite à cette visite, un dossier spécial « [L'Alsace, l'aura du Rhin, Meet and Travel Mag n°19](#) » est paru en avril.
- > **20 et 21 août,**
 M. Heinrich, Rédacteur en chef du magazine Events. Suite à cette visite, un dossier spécial « [Elsässer Städtekooperation, Events Magazin n° 4](#) » est paru en octobre.

Insertions presse

Guide et référencement

Le SCB est présent dans les 2 guides incontournables du tourisme d'affaires : Bedouk et Réunir.
 Ce référencement s'étend également à leurs sites internet respectifs et au réseau de partenaires du SCB dont Franceguide.com et le blog de l'ANAE, reprenant régulièrement nos communiqués de presse.

insertions

- > **Octobre 2013 :**
- > France Meeting Hub – guide exposants
- > Insertion dans le guide horaire de l'Aéroport international de Strasbourg
- > Insertion dans le guide horaire TGV Gares de Strasbourg – Colmar – Mulhouse



III. Plan d'actions partagé au niveau régional

Les trois villes de congrès alsaciennes, Strasbourg, Colmar et Mulhouse ont entrepris en 2012 une démarche avec le soutien de la Région Alsace qui répond à une logique stratégique indispensable pour une meilleure visibilité de l'offre en tourisme d'affaires sur le marché national et les marchés internationaux.



Contrat Cadre de Destination « Tourisme d'Affaires » Alsace 2013-2014-2015

A noter, la signature le 22 juillet 2013 du Contrat de destination, par la Ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme Sylvia Pinel. Ce contrat de destination a donc pour objectif de faire de l'Alsace, avec les agglomérations de Strasbourg, Mulhouse et Colmar une destination de tourisme d'Affaires incontournable et de stimuler le business sur le territoire. Il doit se clôturer par l'accueil de la manifestation annuelle d'Atout France à Strasbourg en 2015, France Meeting Hub, qui réunit généralement 150 acheteurs.



Pour la mise en œuvre de ce Contrat de destination, cinq axes de travail prioritaires ont été dégagés, qui ont été déployés simultanément et mobilisent l'ensemble des acteurs du territoire :

- Sur la lancée de ce qui a été engagé en 2012, les trois Bureaux des Congrès sont en charge de l'approfondissement de la stratégie d'une part, et de la mise en œuvre d'un plan d'actions d'autre part afin de faire connaître la destination auprès des principales cibles (organisateur de congrès et d'évènements). Au-delà de la mise en place d'outils communs (plaquette, site internet...), ce plan d'actions doit permettre la participation conjointe à des salons, workshops, actions de lobbying en liaison étroite avec les partenaires économiques.
- Pour l'accueil et la qualité des prestations, il est proposé de lancer une démarche Qualité à travers la réalisation d'un bilan sur les labels et démarches entreprises par les différents acteurs de l'offre. Ceci afin de proposer un référentiel en phase avec le travail porté par l'agence d'attractivité de l'Alsace.
- Le travail d'observation a commencé par un état des lieux de l'offre MICE existante pour la comparer aux besoins actuels et futurs. Parallèlement, une étude a débuté en 2013 pour mesurer le poids économique du tourisme d'affaires en Alsace.
- Concernant l'accessibilité et les transports, le travail consiste en l'analyse des besoins en termes d'accessibilité des marchés sources afin de proposer, avec l'ensemble des acteurs, un planning de déploiement.
- Enfin, les Bureaux des Congrès s'engagent à sensibiliser les exploitants d'infrastructures en matière d'innovation et le développement durable, afin de pouvoir dégager un positionnement régional, à l'heure où ces deux sujets sont souvent des éléments déclencheurs de décision pour un client.



Communication

Afin d'harmoniser la communication des trois villes, une charte graphique propre à Meet in Alsace a été mise en place. En 2013, les outils de communication issus de cette charte graphique sont les suivants :

- Une plaquette maintenant disponible en anglais et une version rééditée en français et en allemand, qui décrit les atouts de l'Alsace et de ses trois villes, présentées du nord au sud, ainsi que les compétences des trois partenaires : Strasbourg Convention Bureau, Colmar Congrès, l'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse et sa région.
- Le site portail www.meet-in-alsace.com : maintenance, traduction, amélioration du référencement, évolution de l'agencement des pages du site et de l'arborescence. Le portail est accessible en français, allemand et anglais, et détaille les actions des trois interlocuteurs principaux du tourisme d'affaires, et les atouts de l'Alsace et des trois villes pour le MICE avec un renvoi sur les sites propres de chacun des partenaires.
- Les chiffres du portail www.meet-in-alsace.com : 2 615 visites, 2,47 pages vues/visites, 6 456 pages vues en 2013.
- Démarrage d'un blog, accessible via le site www.meet-in-alsace.com, dont les informations sont relayées sur les réseaux sociaux.
- De nouveaux outils de communication : un sac Meet in Alsace, un foulard reprenant le visuel Meet in Alsace, un roll-up.

Les actions complémentaires Meet in Alsace 2013

- **Salon national**
Salon Réunir, 19 et 20 septembre à Paris au Carrousel du Louvre – action pilotée par le SCB
- **Salon international**
Salon IMEX, 21, 22 et 23 mai à Francfort – action pilotée par le SCB
- **Eductours/présentations de la destination Alsace**
Agences Parisiennes, 15, 16, 17 novembre
Agence Couleur événements, le 11 décembre, Paris
- **Roadshow**
Allemagne et Suisse, 4, 5, 6 et 7 novembre
Remarque : ces actions sont décrites en pages 8-12



IV. Les chiffres clés en 2013

A) Promotion et prospection

ACTIONS DE PROMOTION

- **5** salons nationaux et internationaux
- **2** workshops à l'étranger
- **1** rencontre à l'étranger
- **1** roadshow à l'étranger
- **6** éductours
- **1** rencontre France Congrès
- **Au total : 625** contacts et **16** projets issus directement de ces opérations

PRESSE

- **20** articles dans la presse spécialisée nationale et internationale
- **3** annonces presse
- **2** insertions dans les guides de référence : **Bedouk** et **Réunir**

SITE INTERNET

- **35 287** visites (+30% par rapport à 2012) - **97** visites/jours en 2013 (75 visites/jour en 2012 - 69 en 2011 - 64 en 2010)
- **108 004** pages vues
- **3.06** pages/visite en 2013 (3,56 pages/visite en 2012 3,95 en 2011 et 4,45 en 2010)
- **2,00** minutes/visite en 2013 (2,21 en 2012; 2,32 en 2011 et 2,26 en 2010).

CAMPAGNES D'E-MAILING

- **12** envois de newsletters et lettres d'informations trilingues

RÉSEAU D'ADHÉRENTS

- **2** réunions d'information et de présentation avec les adhérents du SCB
- **4** envois de newsletters d'informations

ÉDITION ET GOODIES

- **1300** plaquettes et listes d'adhérents, **200** clés usb pointeurs laser, **300** sacs distribués
- **30** rapports d'activités complets remis et **170** synthèses

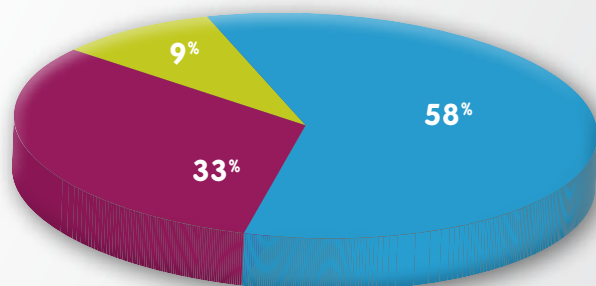
B) Accompagnement de projets

353 projets accompagnés en 2013 (+10% par rapport à 2012) dont (chiffres à jour au 23/04/2014):

- > **161 projets réalisés** - soit un taux de concrétisation de **46%**
- > **12 projets en cours**
- > **101 projets abandonnés ou agence non retenue**
- > **79 projets perdus**

Graphiques des 161 projets réalisés

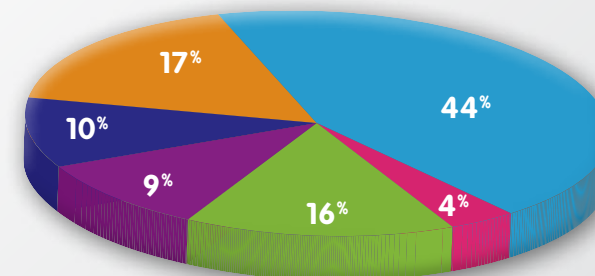
DURÉE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2013 ET RÉALISÉS



■ 1 jour ■ 2-3 jours ■ 4 jours et +

Tendance 2012-2013 : La proportion des projets réalisés et supérieurs à 2 jours représente 42 %. Celle d'une durée de 1 journée se situe chaque année aux alentours de 50 % et correspond principalement à des conférences et des recherches de dîners.

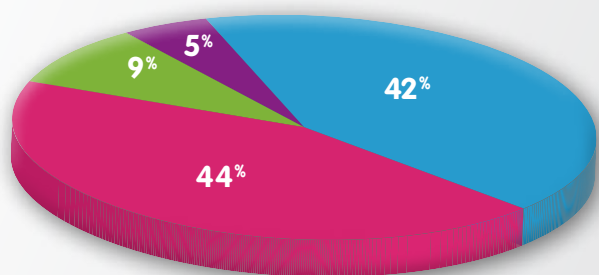
TYPE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2013 ET RÉALISÉS



■ Séminaire ■ Convention/AG/CA ■ Congrès/Conférence/Colloque
 ■ Présentations produits ■ Incentive/Stimulation ■ Banquet/Soirée de gala

Tendance 2012-2013 : En comparaison avec 2012, les évolutions majeures concernent les séminaires (+6 points) et les conventions (-4 points). A noter que la proportion des incentives progresse depuis 2009. Les congrès, conférences, colloques arrivent en 3e position.

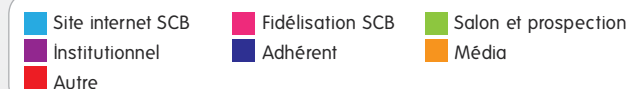
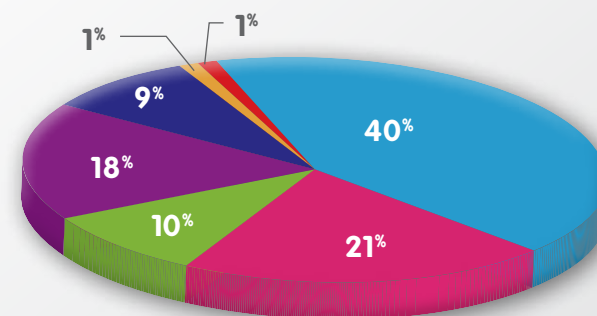
TAILLE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2013 ET RÉALISÉS



Tendance 2012-2013 :
Les tranches de 1 à 50 et 51 à 250 participants se situent chacune autour de 40%. Les projets de plus de 500 participants représentent 5 % du total.



SOURCE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2013 ET RÉALISÉS



Tendance 2012-2013 : Le site internet, ainsi que la fidélisation aux services d'accompagnement du SCB sont les deux principaux points de contact des organisateurs. En toute logique, ils n'ont cessé d'augmenter depuis 2009. Les projets relayés par les institutionnels et adhérents sont en nette diminution depuis 2009, ce qui traduit le fait que le SCB est reconnu en tant que porte d'entrée directe pour les projets. Notons que les salons sont porteurs de 10 % des projets de l'année.

C) Observatoire économique

Estimation des retombées économiques pour les projets accompagnés par le Strasbourg Convention Bureau

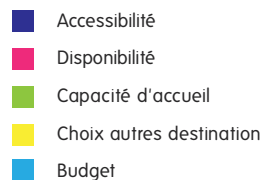
Les 161 projets réalisés par le SCB ont réuni pas moins de 25 203 personnes pour un nombre de journées égal à 38 901.

Cela nous permet d'estimer des retombées économiques à hauteur de 7 731 672 € pour l'année 2013.

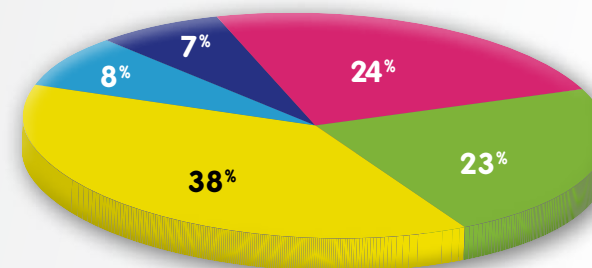
Le nombre de journées revient à multiplier la durée de chacun des événements (en jours) par le nombre de personnes présentes à l'événement. Les retombées économiques sont calculées sur la base de 104 € pour une journée et de 260 € pour une journée et une nuitée (base FSCEF : Foires Salons Congrès Evénements de France).

Graphique des raisons des échecs

ANALYSE DES PROJETS PERDUS EN 2013



Tendance 2012-2013 : La disponibilité et/ou la capacité d'accueil sont les deux principales raisons de perte de projets. La part des projets perdus pour le choix d'une autre destination est en hausse par rapport à 2012, mais reste dans la moyenne par rapport aux autres années. Le pourcentage de perte lié au budget est en baisse de 6 points par rapport à 2012. L'accessibilité est la dernière raison citée en tant que cause pour la perte d'un projet, elle est en baisse de 2 points.



Résultats de l'observatoire économique*

L'observation de cette filière est le fruit d'un partenariat entre les différents Convention Bureaux de Strasbourg, Colmar et Mulhouse et l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace. Les panélistes qui ont fourni les chiffres d'activité sont : Strasbourg Convention & Exhibition Centre (Strasbourg événements), l'Université de Strasbourg, le Zénith Europe Strasbourg, le Vaisseau, le Parc des expositions de Colmar, le CREF, la Foire Expo Mulhouse, les Salons de la SIM à Mulhouse, la Cité du Train, la Cité de l'Automobile.

Seules sont observées les manifestations d'envergure nationale et internationale, c'est-à-dire celles qui génèrent des nuitées dans les hébergements, notamment hôteliers. 2013 marque le début des importants travaux de modernisation et d'extension du Palais de la Musique et des Congrès (PMC), travaux qui ont ralenti l'activité à Strasbourg.

Moins de manifestations « Affaires » d'envergures internationale et nationale il y a eu 96 manifestations de type congrès, corporate et salons organisés et identifiés par les structures de notre panel, ce qui constitue une baisse par rapport à 2012 avec 108 manifestations. En 2013, il y a eu 67 manifestations d'envergure nationale (contre 76 en 2012) et 29 d'envergure internationale (contre 32 en 2012).

Manifestations	Nombre de journées affaires
Congrès European Materials Research Society E-MRS 2013	17 920
Salon de l'étudiant et du recrutement Franco-Allemand	6 151
Conférence européenne annuelle de European Advanced Automotive Batteries	5 000
Congrès européen de la médecine du sport	3 920
Congrès national des biologistes	3 600
Assises 2013 du Carrefour National de l'action éducative en milieu ouvert CNAEMO	3 000
Congrès Européen d'Hypnose Thérapeutique	2 400
Congrès de l'Association du Congrès de Psychiatrie	2 400
Le congrès annuel des membres de MARKANT AG	2 400
Salon professionnel de la photo	2 300

* Données extraites du Bilan 2013 de l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace - Février 2014 pour plus d'informations rendez-vous sur : www.clicalsace.com

Des manifestations stables en durée

La durée moyenne des manifestations d'envergure nationale ou internationale est de 2,3 jours. Les manifestations d'envergure internationale ont une durée moyenne de 2,8 jours contre 2 jours pour les manifestations nationales.

Un net recul des journées affaires

Les 96 congrès et salons ont généré 85 000 journées affaires en 2013 contre 108 000 en 2012 (-21%). Précisons qu'hormis quelques manifestations qui ont lieu annuellement ou tous les 2 ans en Alsace, la plupart des importants salons et congrès tournent géographiquement en France et en Europe.

Et donc moins de nuitées générées par les congrès et les salons dans l'hôtellerie

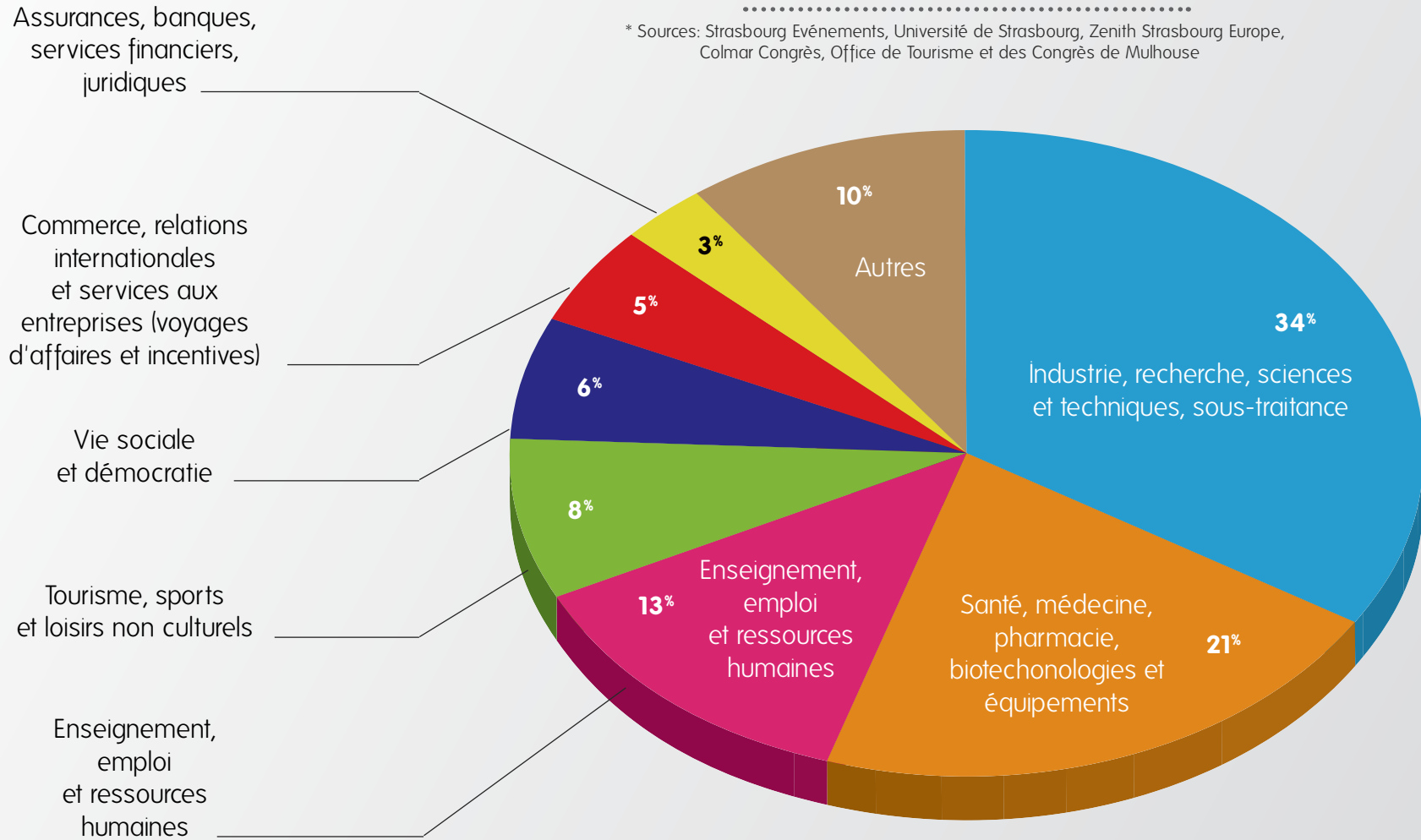
Sur la base des manifestations d'envergure nationale et internationale dont la durée est d'au moins 2 jours, nous estimons le nombre de nuitées dans l'hôtellerie à près de 80 000 en 2013, en baisse de 20% par rapport à 2012.

Le secteur d'activité de l'industrie, recherche, sciences et techniques représente près d'une journée affaires sur 3

Avec moins de manifestations organisées dans le secteur de la santé, médecine et pharmacie, c'est celui de l'industrie et de la recherche qui est le plus important puisque représentant 34% des journées affaires en 2013. Le secteur de la santé, médecine et pharmacie ne représente que 21% des journées affaires en 2013 contre 28% en 2012.

Répartition par secteur d'activité des Journées Affaires des CONGRES & SALONS* en 2013 (* d'envergure nationale ou internationale)

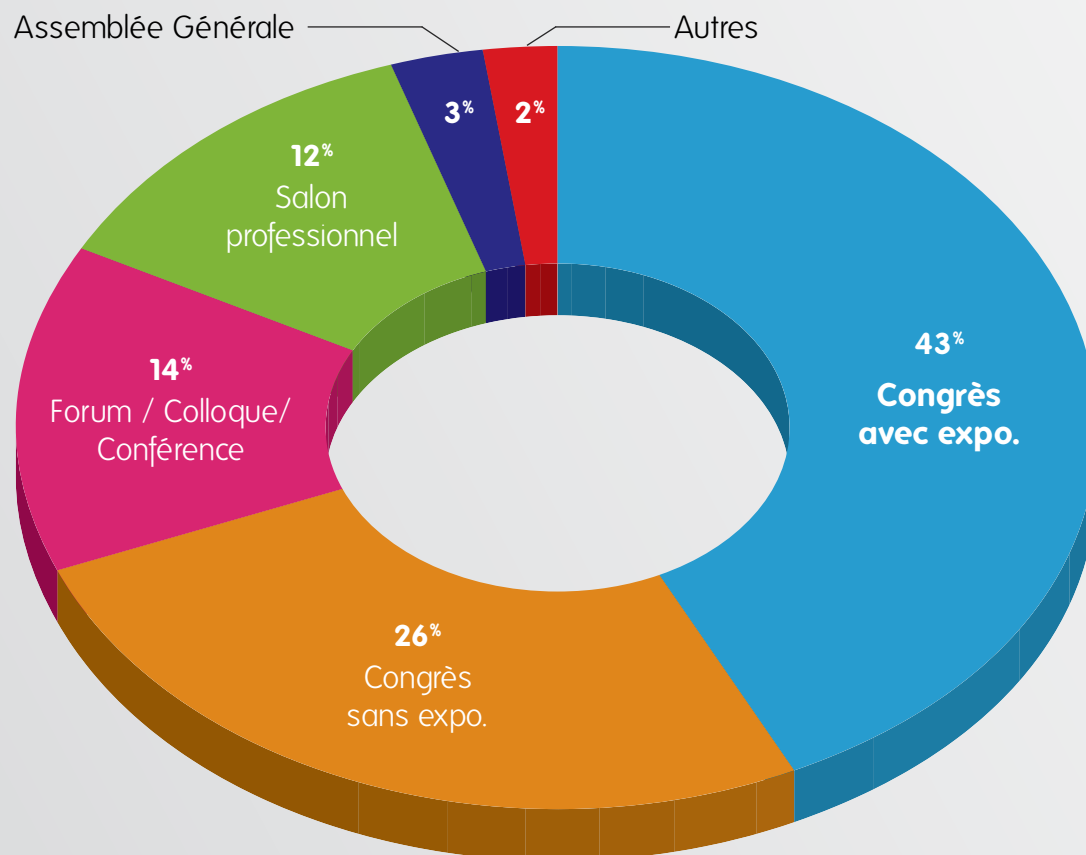
* Sources: Strasbourg Evénements, Université de Strasbourg, Zenith Strasbourg Europe, Colmar Congrès, Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse



Répartition par type de manifestation des Journées Affaires des CONGRES & SALONS* en 2013

(*) d'envergure nationale ou internationale

.....
* Sources: Strasbourg Evénements, Université de Strasbourg, Zenith Strasbourg Europe,
Colmar Congrès, Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse



Les congrès avec exposition concernent 2 manifestations sur 3.

Le type de manifestation Congrès avec exposition est de loin le plus représentatif avec presque 2 manifestations affaires sur 3. Les forums, colloques et conférences est le deuxième type le plus important avec 16% des manifestations.

Pour quelle retombées économiques de la filière du tourisme d'affaires en Alsace ?

Dans le cadre du Contrat de Destination qui s'est signé en juillet 2013, pour faire de l'Alsace une destination majeure pour l'organisation de manifestations du tourisme d'Affaires, l'Observatoire Régional du Tourisme en partenariat avec Atout France va mesurer en 2014 les retombées économiques de la filière.