

Rapport d'activités 2015



Editorial de Robert HERRMANN, Président du Strasbourg Convention Bureau

L'année 2015 confirme l'assise de Strasbourg sur le créneau du tourisme d'affaires et l'activité du Strasbourg Convention Bureau en est un indicateur prédominant avec 373 projets accompagnés sur l'année. Ce chiffre, en toute stabilité par rapport à 2014, est à mettre en perspective par rapport aux 13 actions de promotions réalisées : salons, workshops, éductours, roadshow... en autonomie ou dans le cadre de collaborations régionales avec les villes de Colmar et Mulhouse sous la bannière Meet in Alsace. 2015 marque également la fin du Contrat de Destination. Strasbourg, the Eurooptimist est résolument « Strasbourg l'internationale » qui rayonne désormais sur le secteur des rencontres économiques et le succès de France Meeting Hub en est la preuve.

D'autres éléments indiquent l'attractivité de l'Eurométropole. L'année 2015 a été rythmée par de grands événements qui ont choisi Strasbourg, son efficacité et ses capacités à proposer des services adaptés aux besoins exigeants des organisateurs. Le 112^{ème} Congrès des Notaires, par exemple, du 10 au 13 mai a mobilisé de nombreux acteurs et permis de remarquables mises en scènes. De même, SaxOpen, 17^{ème} congrès et festival mondial du saxophone, a fait vibrer la ville du 9 au 14 juillet 2015 à travers des concerts et des prouesses techniques uniques au monde. Finalement, France Meeting Hub, du 5 au 7 octobre derniers, fut la touche finale à une année riche en beaux projets. Une centaine d'acheteurs internationaux ainsi que de nombreux exposants issus de toutes les régions de France ont pu découvrir l'Alsace et Strasbourg à travers nos infrastructures et notre culture. Ces événements, en plus de générer des retombées économiques importantes pour le développement de l'Eurométropole et de la Ville de Strasbourg, permettent également de faire rayonner notre territoire, de développer son attractivité, et d'attirer de nouveaux événements susceptibles de poursuivre ce dynamisme. Ce sont de véritables vitrines que les participants vivent et apprécient, au point que 83 % d'entre eux projettent de revenir en tant que touriste d'agrément.



Robert HERRMANN

Les membres du Conseil d'Administration ont également travaillé à la réévaluation des cotisations du Strasbourg Convention Bureau. Un exercice qui a permis de formuler une grille des tarifs plus attractive. En termes de pilotage du Strasbourg Convention Bureau, notre objectif était de fournir une grille qui permette l'adhésion du plus grand nombre de prestataires, pour une meilleure représentativité de l'offre du tourisme d'affaires strasbourgeois. Dès la fin de l'année 2015, plus de trente nouveaux adhérents ont témoigné de leur intérêt face à cette démarche en décidant d'adhérer au SCB. A ce jour, le bureau recense 127 adhérents et se positionne clairement comme locomotive fédératrice de l'offre. Nous comptons désormais sur l'appui de tous pour motiver le plus grand nombre à rejoindre un réseau dynamique et que nous souhaitons encore développer.

SOMMAIRE

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

A) Vie de l'Association _____	4
Bilan d'activités 2008-2015	
Newsletters trimestrielles	
Statistiques adhérents	
Notification de réalisation d'un projet	
Outils de promotion	
Réunions d'information	
B) Démarche de promotion collective _____	7
Le SCB fédère un réseau de professionnels	
Le SCB fait partie d'un réseau de professionnels local, national et international	
My Ticket	

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

A) Nos cibles géographiques _____	10
Marché national	
Marchés internationaux	
B) Nos cibles fonctionnelles _____	14
Des agences événementielles et de tourisme d'affaires	
Des associations nationales et internationales	
Des entreprises	
Des prescripteurs locaux	
C) Le SCB présent dans la presse MICE _____	15
Retombées presse nationale	
Retombées presse internationale	
Accueils presse	
Insertions presse	

III. Plan d'actions partagé au niveau régional

A) Contrat Cadre de Destination "Tourisme d'Affaires" Alsace 2013-2014-2015 _____	19
B) Communication _____	20
C) Les actions complémentaires Meet in Alsace 2015 _____	20
Salon national	
Salon international	
Eductours / présentations de la destination Alsace	
Roadshow	

IV. Les chiffres clés en 2015

A) Promotion et prospection _____	22
Actions de promotion	
Site internet	
Editions et goodies	
Campagnes d'e-mailing	
Presse	
Réseau d'adhérents	
B) Accompagnement de projets _____	23
Graphiques des projets réalisés	
C) Observatoire économique _____	25
Estimation des retombées économiques pour les projets accompagnés par le Strasbourg Convention Bureau	
Graphique des raisons des échecs	
D) Les retombées économiques du tourisme d'affaires en Alsace _____	26

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

Les diverses opérations de communication, de promotion et de prospection du Strasbourg Convention Bureau (SCB), permettent à la destination de bénéficier d'une image dynamique et engagée, dans la continuité du développement de la stratégie touristique des institutions locales.

Le soutien de la région s'inscrit, depuis 2013, dans le cadre du Contrat de Destination. Les trois collectivités territoriales de Strasbourg, Colmar et Mulhouse ont également abondé à ce contrat, ce qui a permis une montée en puissance des actions menées sous la bannière « Meet in Alsace ». Ce Contrat de Destination a touché à sa fin en 2015 avec l'organisation, en Alsace, de France Meeting Hub, l'événement tourisme d'affaires organisé par Atout France. Colmar et Mulhouse ont accueilli la centaine de hosted-buyers internationaux lors de pré-tours et Strasbourg a accueilli le workshop, des activités incentive, et a pu présenter une partie des nouveaux espaces du Palais des Congrès.

Le SCB est un organisme neutre et objectif, 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 446 000 €.

En 2015 le SCB a tenu 2 bureaux élargis, 3 conseils d'administration et 1 assemblée générale, le 23 avril 2015. Un des thèmes de travail du Conseil d'Administration en 2015 a été de faire évoluer la grille des cotisations avec des montants minorés. Cette nouvelle grille est applicable pour toutes les cotisations en 2016.

Les membres du Conseil d'Administration :

- Eurométropole de Strasbourg : M. Robert Herrmann - Président
- Groupement des Hôteliers Restaurateurs et Débitants de Boissons du Bas-Rhin : Mme Véronique Siegel – Vice-Présidente
- Strasbourg événements – M. Claude Feurer - Trésorier
- Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin : M. Thomas Riegert - Secrétaire
- Ville de Strasbourg : M. Eric Elkouby
- Conseil Régional d'Alsace : Mme Marie-Reine Fischer
- Conseil Général du Bas-Rhin : M. Jean-Philippe Maurer
- Chambre d'Agriculture du Bas-Rhin : M. Jean-Paul Bastian
- Chambre de Métiers d'Alsace : M. Jean-Louis Freyd
- Agence d'Attractivité de l'Alsace – M. Philippe Choukroun
- Agence de développement touristique du Bas-Rhin – M. Bernard Fischer et M. Vincent Debès
- Office de Tourisme de Strasbourg et de sa région – M. Jean-Jacques Gsell
- Traiteur Effervescence : M. Jean-Luc Jaeger
- Agence Destination : Mme Ulrike Leibrecht
- Groupement National des Chaînes Hôtelières : M. Patrick Libs
- Restaurant Zuem Strissel : M. Marc Faller

Les partenaires institutionnels du SCB



Bilan d'activités 2008-2015

Le bilan d'activités depuis 2008 met en perspective les résultats des actions du SCB depuis sa création jusqu'à la dernière année écoulée.

- **2 247 projets accompagnés**, dont 15 % proviennent de l'international
- **1 082 projets suivis et concrétisés**
- **71 millions d'euros de retombées économiques**
- **383 700 journées d'affaires** (congrès, convention, incentives, banquets...)
- **Une base de données de 4 500 contacts**, mise à jour régulièrement, dont :
 - **61 % sont français et 18 % sont d'origine germanique** (Allemagne et Autriche)
 - **50 % travaillent dans des agences, 37 % dans des sociétés, 7 % dans des associations, 5 % dans des organismes publics, 1 % dans des structures variées** (free-lance...)



Salon Bedouk 2010



Salon Bedouk 2014

Le SCB a participé à 72 actions de promotion, dont 38 à l'international. Ces actions représentent :

- **2 000 contacts** directement issus des salons, 400 des workshops et soirées, 500 des autres roadshows
- **20 éducteurs** ont permis de faire découvrir la destination à 227 organisateurs d'événements, dont 51 % venaient de l'international

Depuis 2008, le SCB a été cité ou a décroché plus de 179 articles. Le site internet www.mystrasbourg.com comptabilise plus de 210 500 sessions de visites (dont 20,75 % depuis l'international) et 726 500 pages vues.



Salon IMEX 2012



Salon IMEX 2013



Salon Réunir 2013



Salon Réunir 2014

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.

Statistiques adhérents

Les adhérents reçoivent tous les 3 mois les statistiques les concernant : nombre de visites de leur page sur mystrasbourg.com, nombre d'e-mails reçus 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.

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.

Réunions d'information

Le SCB a réuni le 23 mars, au restaurant Au Brasseur, et le 12 novembre, aux Galeries Lafayette, ses adhérents et potentiels adhérents pour des soirées d'information et de networking. Les actions du SCB et leurs retombées ont été présentées. Ces deux temps forts ont motivé de nouvelles adhésions.



Afterwork au restaurant Au Brasseur
23.03.15

B) Démarche de promotion collective

Le SCB fédère un réseau de professionnels

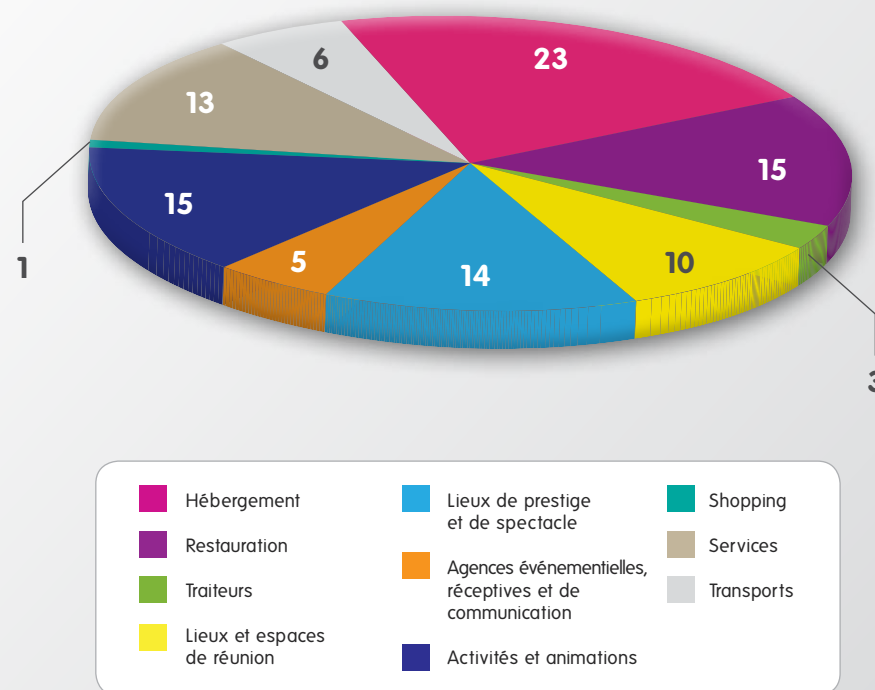
En 2015, la campagne d'adhésion annuelle a permis de recruter de nouveaux adhérents et d'en renouveler bon nombre de 2014. A noter que depuis 2013, il est offert aux nouveaux adhérents la possibilité, à partir du mois d'avril, de bénéficier d'une cotisation proratisée.

Ce sont au total 105 prestataires qui se sont inscrits au SCB, contre 100 en 2014 : bilan stable en nombre d'adhésions ainsi que pour le montant des cotisations. L'objectif, avec la baisse de ces dernières pour l'année 2016, est d'accueillir une offre de services plus large et variée.



Réunion adhérents aux Galeries Lafayette
12.11.15

105 ADHÉRENTS EN 2015



POUR MÉMOIRE : 100 ADHÉRENTS EN 2014

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.

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 (cf. page 26).



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. Leurs actions sont multiples : rapports et études sur les tendances du marché, rédaction de newsletters, démarchages, roadshows et éducteurs sur des marchés ciblés, zone France sur les salons internationaux, workshops...



France Congrès

Aux côtés de Strasbourg Convention & Exhibition Centre, le SCB a participé aux actions proposées par France Congrès, ainsi qu'aux 27^{èmes} Journées d'Etudes France Congrès les 16 et 17 juin 2015 à Paris.

Le SCB a également pris part à l'envoi régulier d'offres commerciales de ses adhérents via les Flashs commerciaux mensuel de France Congrès : 14 offres ont été diffusées sur 6 Flashs.



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 2015, 22 organisateurs de rencontres économiques ont passé commande auprès de la CTS pour MyTicket, ce qui représente 5 705 tickets vendus et 21 305 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 et de l'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
- Entretenir 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

meet in alsace
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

Mice Connect by Bedouk, 5 février, Paris meet in alsace Strasbourg | Colmar | Mulhouse

Une nouvelle forme d'événement qui connecte les acteurs du MICE avec une journée workshop et un afterwork. 200 exposants. Le SCB était présent aux côtés de Colmar et Mulhouse et accompagné de ses partenaires, Strasbourg Convention & Exhibition Centre, les hôtels Régent Petite France & Spa ***** et Sofitel Strasbourg Grande Ile ***** , ainsi que l'hôtel A la Cour d'Alsace ****. En retour, 13 contacts et 4 projets.



Heavent Meetings, 25 et 26 mars, Cannes

Salon Business dont l'objectif est de favoriser le « face à face » direct entre top décideurs et exposants par des rendez-vous pré-organisés. 500 top décideurs de France et d'Europe, 350 exposants, pour 8 000 rendez-vous. Le SCB était présent sur un stand avec Strasbourg Convention & Exhibition Centre. En retour, 31 contacts et 3 projets.



Réunir, 17 et 18 septembre, Paris meet in alsace Strasbourg | Colmar | Mulhouse

21ème rencontres professionnelles autour de la branche séminaires et congrès.

Quatrième édition commune aux partenaires de Meet in Alsace, sur un stand de 24 m² dans la zone VIP. Le SCB était accompagné de ses partenaires Strasbourg Convention & Exhibition Centre et les hôtels Régent Petite France & Spa ***** et Hilton Strasbourg ****. En retour, 117 contacts et 11 projets.



Salons

Imex, 19 au 21 mai, Francfort

meet in alsace
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

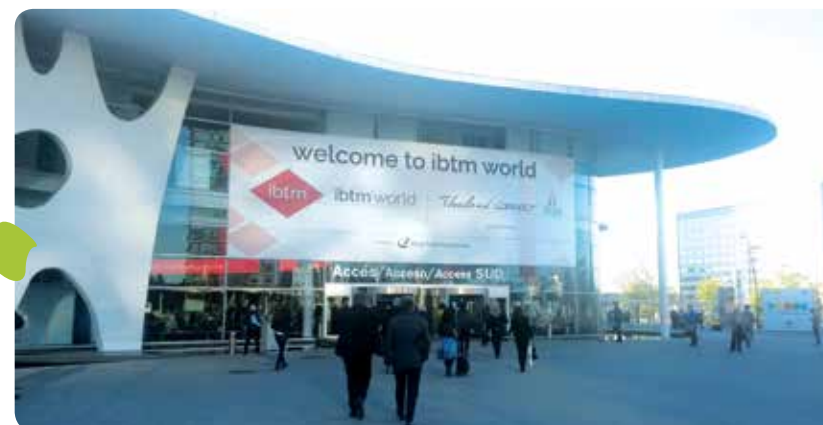
Salon incontournable dans le secteur MICE, il rassemble des visiteurs européens et internationaux, plus particulièrement allemands. En 2015, avec 3 500 exposants, ce salon a attiré 8 900 visiteurs dont 4 000 hosted-buyers issus de 78 pays.

Les partenaires Meet in Alsace étaient présents sur la zone France, aux côtés d'Atout France. Le SCB était accompagné de ses partenaires Strasbourg Convention & Exhibition Centre et les hôtels Sofitel Strasbourg Grande Ile ***** et Hilton Strasbourg *****. En retour, 36 contacts et 1 projet.



IBTM World, 17 au 19 novembre, Barcelone

Un des principaux salons de l'industrie des rencontres professionnelles en Europe. Le SCB était présent sur la zone France, aux côtés d'Atout France. En retour, 52 contacts et 3 projets.



Roadshow

Roadshow France Meeting & Event Destination, 2 au 4 novembre, Genève, Cologne, Berlin

Le SCB a participé à ce roadshow spécial « affaires » organisé par Atout France Allemagne et Suisse. En retour, 109 contacts.

Workshop

France Meeting Hub, 2 au 7 octobre, Strasbourg

Plus de détails en page 21

meet in alsøce
Strasbourg | Colmar | Mulhouse



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 prescriptrices auprès de leurs clients (les entreprises et associations nationales et 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.

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 économiques à Strasbourg.

C) Le SCB présent dans la presse MiCE

Le SCB communique régulièrement auprès de la presse nationale et internationale écrite et en ligne

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 2015, le SCB a décroché 7 articles supplémentaires dans la presse nationale et internationale par rapport à 2014, dont 6 dossiers spéciaux.

Retombées presse nationale

- > **Février :**
 Newsletter France Congrès : couverture de nouvelles activités incentives Newsletter France Congrès
- > **Mars :**
 France Meeting Hub 2015
 Destination France N36 - Printemps 2015
 Tourisme d'affaires : France Meeting Hub se tiendra à Strasbourg du 5 au 7 octobre 2015
www.tourmag.com
- > **Avril :**
 Strasbourg, entre tradition et innovation
 Activ'Assistante
 La Lettre de Réunir – 29/04/15
 Groupe Réunir
- > **Novembre :**
 La Lettre de Réunir - Spéciale Alsace
 Groupe Réunir
 L'Alsace traditionnelle pour vos événements professionnels
 Newsletter Bedouk



- > **Décembre :**
 Strasbourg l'Européenne
 L'Événementiel
 La Lettre de Réunir - 09/12/15
 Groupe Réunir
 La Lettre de Réunir - 02/12/15
 Groupe Réunir



Retombées presse internationale

- > **Janvier :**
 El France Meeting Hub se Celebrara en Alsacia
 Punto Mice - Janvier-février 2015 - n°5
 Verbandsvertreter zu Gast in Strassbourg
 Verbände Report
- > **Mars :**
 Un incentive «Robinson Crusoe» à Strasbourg
 Newsletter Atout France Belgique
- > **Avril :**
 Vive la Différence Deauville v Strasbourg for events
 C&IT Magazine
 Atout France Etats-Unis - Focus on Strasbourg
 Newsletter Atout France Etats-Unis
- > **Mai :**
 Mice-Ziel mit vielen Qualitäten und einem Schuss
 Französischer Lebensart! - EVENTS

- > **Août :**
 24 hours in Strasbourg - EasyJet Traveller
- > **Septembre :**
 Von Strassbourg zur Freiheitsstatue - <http://berufebilder.de/>
 Mit dem Kanu durch Strassbourg - <http://berufebilder.de/>
- > **Octobre :**
 France Meeting Hub à Strasbourg - Meet & Travel Mag
 HQ Report Looking back at the third France Meeting Hub
www.meetingmediagroup.com - HeadQuarters
- > **Novembre :**
 France Meeting Hub 2015 - Events
 Strassbourg 7 unkonventionelle Eventlocations und Hotels
eveosblog.de
 Strasbourg, an ideal host to the France Meeting Hub
www.meetingmediagroup.com - HeadQuarters
 9 Strassbourger Highlights & Ideen für Events, Incentives und
 Rahmenprogramme
eveosblog.de
 Strassbourg Fotos & Eindrücke aus der französischen Event-
 & Incentive-Destination
eveosblog.de
 Looking back at the third France Meeting Hub - Alsace
 is the place
 HeadQuarters - magazine
- > **Décembre :**
 Event Destination Strassbourg
 Events

Accueils presse

> 1 et 2 septembre,

Simone Janson, du blog berufebilder.de . Deux articles sont parus en septembre 2015 : « [Mit dem Kanu durch Straßburg](#) » et « [Von Straßburg zur Freiheitsstatue](#) ». Accueil organisé en collaboration avec l'Agence d'Attractivité de l'Alsace et Atout France Allemagne.

> 4 au 6 octobre,

Katharina Falkowski et Henning Stein, du blog www.eveosblog.de . Deux articles et un reportage photos sont parus en novembre 2015 : « [Straßburg 7 unkonventionelle Eventlocations und Hotels](#) », « [9 Straßburger Highlights & Ideen für Events, Incentives und Rahmenprogramme](#) » et « [Straßburg Fotos & Eindrücke aus der französischen Event- & Incentive-Destination](#) ». Accueil organisé dans le cadre de France Meeting Hub.



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.

🐾 Annonces presse

- > **Février 2015** - 360° - magazine de l'Aéroport de Strasbourg
- > **Avril 2015** - Guide Anaé 2015
- C&IT
- > **Mai 2015** - Events
- > **Septembre 2015** - Magazine Réunir
- > **Octobre 2015** - Meet and Travel Mag
- Catalogue exposant France Meeting Hub

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.

meet in alsace
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

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

Le Contrat de Destination a été signé le 22 juillet 2013 par la Ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme Sylvia Pinel. Ce contrat de destination a 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 130 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 (organismes 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.

B) Communication

Afin d'harmoniser la communication des trois villes, une charte graphique propre à Meet in Alsace a été mise en place. En 2015, les outils de communication issus de cette charte graphique sont les suivants :

- Une plaquette disponible en français, allemand et anglais, qui décrit les atouts de l'Alsace et de ses trois villes, 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, amélioration du référencement. Le portail est accessible en français, allemand et anglais, et détaille les atouts de l'Alsace et des trois villes pour le MICE avec un renvoi sur les sites propres de chacun des partenaires.
- Animation du blog démarré en 2013, dont les informations sont relayées sur les réseaux sociaux.
- Les chiffres du portail www.meet-in-alsace.com : 9 116 sessions, 1,95 pages vues par session, 17 790 pages vues, 1:22 minutes par visite. Réseaux sociaux en 2015 : 239 abonnés sur Facebook et 314 abonnés sur Twitter.



C) Les actions complémentaires Meet in Alsace 2015

- **Salons nationaux**
 - Mice Connect by Bedouk, 5 février, Paris
 - Réunir, 17 et 18 septembre, Paris
- **Salon international**
 - Imex, 19 au 21 mai, Francfort
- **Workshops**
 - France Meeting Hub, 2 au 7 octobre
- **Eductour**
 - En collaboration avec l'agence Couleur Événements, 7 et 8 février

Remarque: ces actions sont décrites en pages 11-14

Focus sur France Meeting Hub 2015, édition Alsace

meet in alsace
Strasbourg | Colmar | Mulhouse

Atout
France.fr

Du 2 au 7 octobre, en collaboration avec Atout France, la troisième édition de France Meeting Hub s'est déroulée en Alsace : pré-tours à Colmar et Mulhouse, puis lancement de l'événement, cocktail de bienvenue, incentives, soirée de gala et workshop à Strasbourg. La centaine de hosted-buyers internationaux a eu l'occasion de découvrir, pour Strasbourg, des lieux emblématiques tels que le Palais des Congrès, le Château de Pourtalès, le Musée d'Art Moderne et Contemporain, Palais Rohan, Shadok - Fabrique du Numérique, la Villa Quai Sturm, l'Aubette 1928...



IV. Les chiffres clés en 2015

A) Promotion et prospection

ACTIONS DE PROMOTION

- **5** salons nationaux et internationaux
- **5** workshops nationaux et internationaux
- **1** roadshow à l'étranger
- **2** éductours
- **1** rencontre France Congrès
- **Au total : 567** contacts et **36** projets issus directement de ces opérations

CAMPAGNES D'E-MAILING

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

SITE INTERNET

- **40 046** sessions soit 109 sessions/jour
- **101 314** pages vues
- **2.53** pages vues/session
- **1:47** minutes/session

PRESSE

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

ÉDITION ET GOODIES

- **Création d'un nouveau document «Coup de Projecteur»**, disponible en français, allemand, anglais et diffusé à **400 exemplaires**
- **1 100 plaquettes** et listes d'adhérents, **380 clés usb**, **500 goodies** et **100 sacs distribués**
- **25 rapports** d'activités complets remis et **180 synthèses**

RÉSEAU D'ADHÉRENTS

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

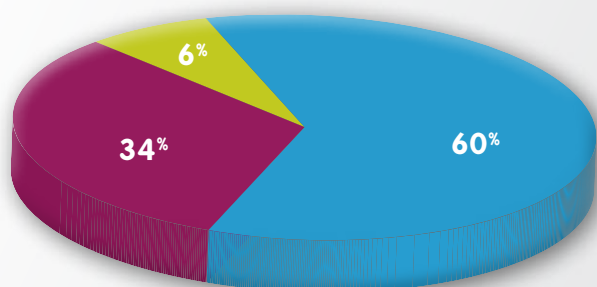
B) Accompagnement de projets

373 projets accompagnés en 2015 (stable par rapport à 2014) dont (chiffres à jour au 03/05/2016) :

- > **181 projets réalisés**
- > **18 projets en cours**
- > **89 projets abandonnés ou agence non retenue**
- > **85 projets perdus**

Graphiques des 181 projets réalisés

DURÉE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2015 ET RÉALISÉS

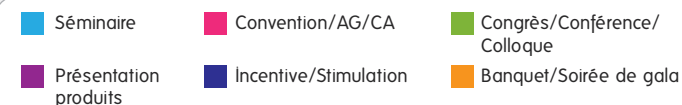
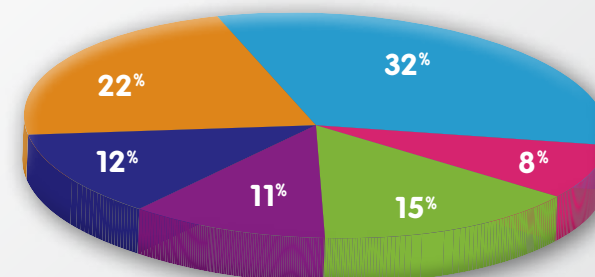


■ 1 jour ■ 2-3 jours ■ 4 jours et +

Tendance 2015 :

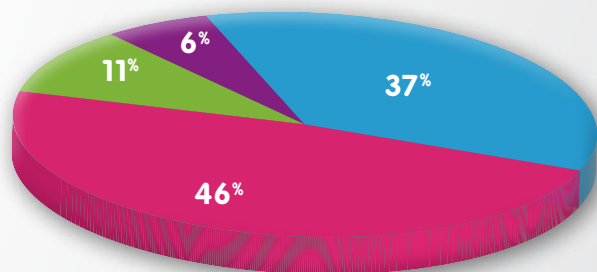
La proportion des projets réalisés supérieurs à 2 jours représente 40 %. Elle est en légère hausse par rapport à 2014.

TYPE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2015 ET RÉALISÉS



Tendance 2015 : La plus grosse évolution en 2015 concerne le nombre de conventions, assemblées générales et conseils d'administration qui augmente de 4 points et les banquets et soirées de gala qui diminuent de 6 points par rapport à 2014. Les autres catégories sont stables à un ou deux points près. Les congrès, conférences et colloques arrivent toujours en troisième position malgré des espaces contraints au Palais des Congrès en raison des travaux.

TAILLE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2015 ET RÉALISÉS

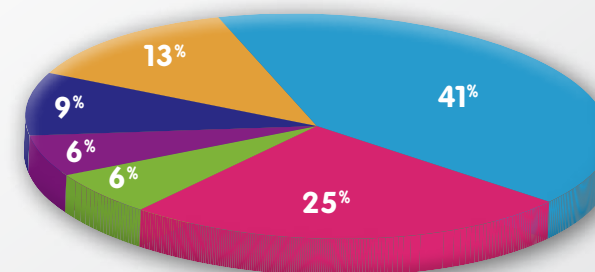


Tendance 2015 :

En 2015, la majorité des projets accompagnés recensaient entre 51 et 250 personnes. Les proportions sont sensiblement identiques à 2014.



SOURCE / PROJETS ACCOMPAGNÉS EN 2015 ET RÉALISÉS



Tendance 2015 :

Le site internet, ainsi que la fidélisation aux services d'accompagnement du SCB sont les deux principaux points de contact des organisateurs. La fidélisation est en hausse constante (+ 4 points), ce qui indique que les organisateurs sont satisfaits des prestations obtenues. Les projets relayés par les institutionnels 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. Nous notons finalement une forte augmentation des projets issus des actions médias, fruits de nos relations régulières avec la presse.

C) Observatoire économique

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

Les 181 projets réalisés par le SCB ont réuni pas moins de 29 322 personnes pour un nombre de journées égal à 55 994. Le nombre de journées revient à multiplier la durée de chacun des événements (en jours) par le nombre de personnes présentes à l'événement.

Cela nous permet d'estimer des retombées économiques à hauteur de 10 310 735 € pour l'année 2015.

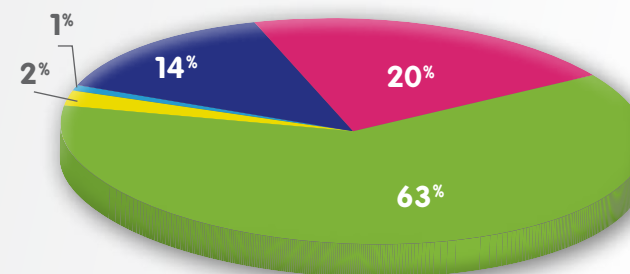
Base : étude « Les retombées économiques du tourisme d'affaires en Alsace » - octobre 2015 – Agence d'Attractivité de l'Alsace / Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace et Atout France.

Graphique des raisons des échecs

ANALYSE DES PROJETS PERDUS EN 2015

- Accessibilité
- Disponibilité
- Capacité d'accueil
- Choix autres destination
- Budget

Tendance 2015 : Les projets perdus pour des raisons budgétaires ou d'accessibilité ont énormément baissés, avec au cumul 12 points en moins. Les raisons principales pour la perte d'un projet restent le choix d'une autre destination (en hausse), la capacité d'accueil (stable), et la disponibilité (en baisse).



D) Les retombées économiques du tourisme d'affaires en Alsace

Les retombées économiques du tourisme d'affaires en Alsace sont estimées à 149 millions d'euros. Cette étude menée par l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace (au sein de l'Agence d'Attractivité de l'Alsace) **et Atout France** entre dans les objectifs portés par le Contrat de Destination signé par L'Etat, Atout France, les collectivités territoriales alsaciennes, l'Agence d'Attractivité de l'Alsace (AAA), les Chambres du commerce et d'industrie, les hébergeurs, les gestionnaires d'aéroport, les transporteurs, les agences de développement touristique, les bureaux des congrès et les exploitants des centres de congrès / parcs d'exposition, en vue de **faire de l'Alsace et de ses villes une destination de référence en France dans l'accueil du Tourisme d'Affaires.**

Mesurées sur une période d'un an (d'avril 2014 à mars 2015) **les retombées économiques de la filière du tourisme d'Affaires en Alsace** sont estimées **à 149 millions d'€ et 2 300 emplois (en équivalent temps plein)**

Les retombées portent sur deux principales catégories d'événements (auxquelles s'ajoutent les réunions d'entreprises dans les lieux non dédiés qui génèrent un chiffre d'affaires de 6,8 millions d'euros) :

- Salons professionnels et grand public à portée nationale ou internationale :
 - Accueil **d'une cinquantaine de salons** professionnels ou grand public
 - **10 300 exposants,**
 - **1 090 000 visiteurs,**
 - **120,8 millions d'euros de retombées économiques**, dont 22,8 millions attribuables aux salons professionnels et 98 millions aux salons grand public (hors visiteurs locaux).
- Les congrès, colloques, séminaires et réunions d'entreprise en sites dédiés :
 - Accueil de **86 congrès, colloques, forums, séminaires et réunions d'entreprise** en sites dédiés à portée nationale ou internationale.
 - **29 326 congressistes**
 - **21,3 millions d'euros de retombées économiques**

Cette étude révèle également le profil « type » d'un consommateur de tourisme d'affaires en Alsace :

- **83% ont le projet de revenir en Alsace** en tant que touriste d'agrément,
- Les nationalités les plus représentées sont les Allemands (22%), les Suisses (18%) et les Anglais (13%),
- **Le train est le moyen de transport le plus fréquent (40%)**, suivi de la voiture (37%) et de l'avion (19%),
- **74% des français** non alsaciens et **71% des étrangers** passent au moins **une nuit à l'extérieur de leur domicile principal**,
- **Un congressiste international dépense en moyenne 770€ pour 2,45 nuitées** lors d'un congrès à Strasbourg contre 445€ et 1,85 nuitée pour un congressiste français,
- **23% des étrangers fréquentent un hôtel 4 à 5 étoiles** contre 14% des français,
- **28% des étrangers fréquentent un hôtel 3 étoiles** contre 21% des français,
- 32% ont entre 26 et 35 ans et 29% ont entre 36 et 45 ans,
- 53% sont cadres d'entreprise ou de la fonction publique.

Pour mener cette enquête, Atout France et l'ORTA ont repris la méthodologie éprouvée par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Île-de-France et bénéficié de son accompagnement technique. Au total, 910 enquêtes auront été administrées sur la période par l'institut IPSOS Observer.