

Rapport d'activités 2012



myStrasbourg.com
CONVENTION BUREAU



Strasbourg
the **eu**roptimist

SOMMAIRE

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

A) Vie de l'Association	3
Newsletters mensuelles	
Outils de promotion	
Benchmarking	
Réunions d'information	
B) Démarche de promotion collective	5
Le SCB fédère un réseau de professionnels	
Le SCB fait partie d'un réseau de professionnels local, national et international	
Les instances du tourisme alsacien	
Nos réseaux nationaux et internationaux	
<u>Atout France</u>	
<u>FSCEF</u>	
<u>France Congrès</u>	
<u>ANAÉ</u>	
<u>My Ticket</u>	

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

A) Nos cibles géographiques	8
<u>Marché national</u>	
Salons	
<u>Salon Bedouk</u>	
<u>Salon Réunir</u>	
<u>Soirée France Congrès</u>	
<u>Marchés européens</u>	
Salons	
<u>Salon Imex</u>	
<u>Salon EIBTM</u>	
Marché allemand et suisse	
<u>Roadshow</u>	
<u>Eudctour allemand</u>	
Marché autrichien – nouveauté 2012	
<u>Soirée Vienne</u>	
Marché espagnol – nouveauté 2012	
<u>Ouverture d'une ligne aérienne</u>	
<u>Workshop à Barcelone</u>	
<u>Eudctour espagnol</u>	
B) Nos cibles fonctionnelles	12
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	13
<u>Presse nationale</u>	
Retombées presse	
<u>Presse internationale</u>	
Retombées presse	
Rédactionnel dans Headquarters	
<u>Insertions presse</u>	
Guides et référencement	
Insertions	

III. Plan d'actions partagé au niveau régional Nouveauté 2012

Communication	16
Salon Réunir	17
Soirée Stuttgart – 24 Septembre 2012	17

IV. Les chiffres clés en 2012

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

V. Perspectives

A) Réactiver le réseau des prescripteurs locaux – décideurs économiques, institutionnels, universitaires et des adhérents au Strasbourg Convention Bureau	24
B) Une collaboration accrue dans le cadre du plan d'actions partagé au niveau régional	24

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

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, ont permis 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 Région Alsace, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin, la Chambre de Métiers d'Alsace, la Chambre d'Agriculture du Bas-Rhin, le groupement des Hôteliers Restaurateurs Débitants de Boissons du Bas-Rhin et le Groupement National des Chaînes Hôtelières.

Le SCB est amené à intervenir régulièrement auprès des instances décisionnaires de certaines institutions pour présenter ses résultats et ses perspectives d'actions.

Le SCB étant une association de droit local, ses particularités et son fonctionnement sont votés lors de réunions statutaires. En 2012 ont eu lieu : 2 bureaux élargis, 2 Conseils d'Administration et 1 Assemblée Générale.

Le SCB est composé d'une équipe de 4 professionnelles du tourisme d'affaires, de locaux situés à Strasbourg dans le quartier du Wacken et d'un budget de 442 000 €.

L'équipe du SCB a connu le départ, en octobre 2012, de la chargée de développement. Un recrutement sera finalisé début 2013.

(* Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions)



Newsletters mensuelles

Le SCB s'engage à informer l'ensemble de ses adhérents de ses actions en diffusant régulièrement une newsletter 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

En 2012, tout comme en 2011, le SCB a été 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 2012, nous avons eu des échanges d'expérience avec Montpellier et Angers.

Réunions d'information

En juin 2012, le SCB a organisé une réunion d'information et d'échange sur les lieux réceptifs à Strasbourg. Cette réunion a eu lieu au Palais Universitaire et a permis de clarifier les procédures.

En novembre 2012, le SCB a réuni ses adhérents associés à de potentiels adhérents à l'hôtel Mercure Strasbourg Palais des Congrès, pour un petit déjeuner d'informations, afin de présenter les actions entreprises en 2012 ainsi que le plan d'actions 2013. Un peu plus de 90 personnes se sont présentées pour ce moment de convivialité et d'information.



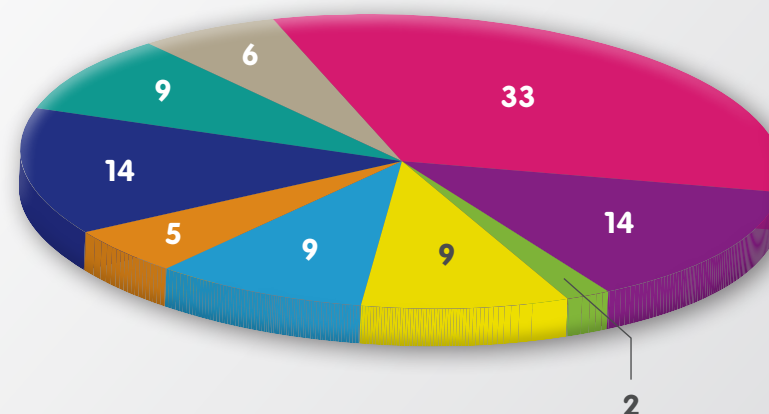
B) Démarche de promotion collective

Le SCB fédère un réseau de professionnels

En 2012, une campagne d'adhésion a été lancée. Elle a permis le recrutement de nouveaux adhérents et le renouvellement d'anciens.

Ce sont au total, 101 adhérents qui se sont inscrits au SCB, contre 104 en 2011 : bilan relativement stable en nombre d'adhérents avec un montant des cotisations 2012 supérieur à celui de 2011.

101 ADHÉRENTS EN 2012



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

Les instances de tourisme alsacien

Le Comité Régional du Tourisme, 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), la participation de certains hôteliers membres et de Strasbourg événements afin d'identifier les chiffres clés du secteur en Alsace (résultats de l'étude en pages 22 et 23).



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 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...



Plusieurs rassemblements de l'ensemble des membres ont eu lieu au cours de l'année :

- **En juin** : séminaire stratégique CFTAR au Palais des Congrès de Paris, qui fut l'occasion pour tous les membres de se retrouver à des tables rondes et réunions de travail, d'échanger et partager des expériences, dans l'objectif de définir la stratégie et les actions du CFTAR pour l'année 2013.
- **En décembre** : participation à l'Assemblée Générale annuelle du CFTAR.

FSCEF

Rendez-vous national majeur des grands professionnels de l'événement, le Congrès annuel de la Fédération Foires, Salons, Congrès et Evénements de France (FSCEF) s'est tenu du 4 au 6 juillet, au Palais de la Musique et des Congrès de Strasbourg. Au programme, un échange autour du thème « Nouveaux Clients, Nouveaux Services », une profonde réflexion sur l'événement de demain, les stratégies de développement et les outils innovants en la matière. Le SCB était présent avec un stand sur l'espace partenaire, ce qui a permis de faire connaître nos services et de nouer des contacts intéressants.



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 2012, 14 organisateurs de rencontres économiques ont passé commande auprès de la CTS pour MyTicket, ce qui représente 4 004 tickets vendus. Ce titre de transport est un avantage concurrentiel apprécié des organisateurs nationaux et internationaux.

France Congrès

Aux côtés de Strasbourg événements, le SCB a participé aux actions proposées par France Congrès. En janvier 2012 le SCB a participé aux 24èmes « Journées France Congrès » à Biarritz 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.



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

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 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
- Inscire sa présence sur le long terme

Salon Bedouk, 8 et 9 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 MC&IT offre un cadre unique pour rencontrer, échanger, pressentir les dernières tendances et nouveautés. En 2012, 500 exposants et près de 7 500 visiteurs sont venus pressentir les nouvelles tendances et appréhender le monde du tourisme d'affaires et de l'événementiel. Le SCB, présent sur un stand de 36 m² avec 4 angles, était accompagné de 4 partenaires : Strasbourg événements, les hôtels Sofitel Strasbourg Grande Ile et Régent Petite France et le traiteur Effervescence.



Soirée France Congrès

22 mars 2012 : Les principales fédérations et associations organisatrices de congrès en France étaient réunies à Bobino à Paris pour vivre un moment fort, placé sous le signe des récompenses et de la convivialité. Cet événement, organisé par France Congrès, a récompensé les communautés scientifiques et économiques. Plus de 150 personnes ont pris part à cette « Première » qui a mis à l'honneur le savoir-faire des organisateurs et celui des villes qui accueillent régulièrement ces congrès. Le SCB était présent aux côtés de Strasbourg événements.

Salon Réunir, 12 et 13 septembre à Paris au Carrousel du Louvre

18èmes Rencontres professionnelles autour de la branche séminaires et congrès. Lors de cette édition, le salon a accueilli 200 exposants et près de 2 100 visiteurs.

Pour la première fois les villes de Strasbourg, Colmar et Mulhouse étaient présentes sur un stand Alsace, répondant ainsi à une logique stratégique de visibilité de l'offre alsacienne en tourisme d'affaires sur le marché national (plus de détails à la page 17).



Marchés européens

Salons

Salon IMEX, 22, 23 et 24 mai à Francfort

Ce salon est incontournable dans le secteur MICE : il rassemble un visitorat européen et international et plus particulièrement allemand. Strasbourg y anime un espace de 18 m² dédiés sur la zone France. En 2012, avec 3 500 exposants, issus de pas moins de 150 pays, ce salon a attiré 9 000 visiteurs dont 3 900 Hosted-Buyers.

Le SCB était présent avec cinq de ses partenaires adhérents : Strasbourg événements, les hôtels Mercure Strasbourg Palais des Congrès et Sofitel Strasbourg Grande Ile, Kieffer traiteur et l'agence Destination.



Salon EIBTM, du 27 au 29 novembre à Barcelone

Un des principaux salons de l'industrie des rencontres professionnelles en Europe avec 121 pays exposants. En 2012, 8 105 visiteurs professionnels internationaux, 4 056 Hosted-Buyers et plus de 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.



Marché allemand et suisse

Roadshow, du 5 au 8 novembre

En novembre, le SCB, a participé au roadshow organisé par Atout France en Allemagne et en Suisse, aux côtés de 2 autres conventions bureaux, 2 agences réceptives et 9 hôtels. Ce roadshow s'est déroulé à Zurich, nouveauté 2012, et dans trois villes allemandes : Munich, Francfort et Cologne. Cette action a permis au SCB de faire connaître la destination Strasbourg/Alsace à de nombreux contacts.

Eductour allemand, 18 et 19 octobre

En partenariat avec Atout France Allemagne, Rail Europe et en collaboration avec le Convention Bureau de Lyon, Strasbourg Convention Bureau a organisé un éductour en octobre 2012 à destination des agences allemandes pour mettre en avant la nouvelle ligne TGV Rhin-Rhône. Un programme a été élaboré, permettant aux 10 participants de découvrir les capitales alsacienne et lyonnaise.



Marché autrichien nouauté 2012



Soirée Vienne, 30 octobre

Suite au lancement par Air France de la nouvelle ligne au départ de Strasbourg et en direction de la capitale autrichienne, en juillet 2012, Strasbourg Convention Bureau a participé à la Soirée MICE France 2012, organisée par Atout France Autriche. Durant cette soirée, le SCB a présenté la capitale alsacienne lors de rendez-vous qualitatifs en petits groupes à 50 professionnels autrichiens incontournables et intéressés par la France : meeting planners d'agences incentives et événementielles, corporate planners au sein de grandes entreprises autrichiennes, tours opérateurs disposant d'un département MICE, représentants d'associations internationales, journalistes de la presse professionnelle.

Marché espagnol – nouveauté 2012

Ouverture d'une ligne aérienne

L'ouverture d'une ligne aérienne entre Barcelone et Strasbourg, suite à l'implantation de la compagnie Vueling à l'Aéroport International de Strasbourg nous donne l'opportunité de prospecter le marché MICE espagnol. En effet, cette liaison s'ajoute à celle existant avec Madrid. Ainsi, la position de la ville de Strasbourg dans le marché du tourisme d'affaires gagne encore en compétitivité.

Workshop à Barcelone, 21 mars

En partenariat avec l'Aéroport International de Strasbourg et le Comité Régional du Tourisme d'Alsace, le SCB s'est déplacé à Barcelone pour un petit déjeuner professionnel, dans le but de faire la promotion de la nouvelle liaison aérienne Vueling Barcelone-Strasbourg. Cet événement, organisé par la Chambre de Commerce et d'Industrie Française de Barcelone, en collaboration avec GEBTA – association regroupant les principales

agences espagnoles spécialisées en voyages d'affaires et réunions événementielles – a permis de rencontrer une quinzaine de spécialistes de tourisme d'affaires espagnols. Cette rencontre a été suivie d'une conférence de presse organisée par Atout France qui a réuni une dizaine de journalistes.

Eductour espagnol, du 15 au 17 avril nouauté 2012



En prolongation de l'opération du 21 mars à Barcelone, le SCB a accueilli 8 professionnels espagnols, en partenariat avec l'Aéroport International de Strasbourg et Atout France Espagne et les compagnies Vueling et Iberia.

Au programme : trois jours sous le signe de la découverte des points forts de Strasbourg et de sa région, de sa culture et de son patrimoine, avec la bienveillante contribution de nos adhérents.

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 internationales) pour l'élaboration de séminaires, de conventions, de soirées événementielles, de 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 : médical, scientifique, technologique, environnemental, économique et universitaire.

C) Le SCB présent dans la presse MiCE

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 manifestations professionnelles à Strasbourg.

Presse nationale

Plusieurs opérations de communication ont été entreprises via la presse nationale spécialisée mais aussi via la presse locale. Le but est 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.

Retombées presse

- > **Janvier 2012 :**
L'impulsion des villes, L'Événementiel Hors Série
Déc 2011 / Janvier 2012
Se réunir à l'Est : découvrez les trésors du Rhin,
Magazine Réunir - N° 77
- > **Février 2012 :**
Strasbourg entre à grande vitesse sur le salon Bedouk,
MEET-IN
Strasbourg, l'Alsace prend ses quartiers de Noël,
H.T.R. Journal mensuel
- > **Mars 2012 :**
Vueling à Strasbourg : une opportunité pour attirer les
espagnols, Le Point Eco



> **Juillet 2012 :**

L'Alsace prépare son avenir, Meet In, n°132
Strasbourg l'Européenne, Réunir, n°80

> **Septembre 2012 :**

Strasbourg, une ville frontrière au coeur de l'Europe,
Meet and Travel Mag, numéro 15

> **Novembre 2012 :**

Alsace : le Patrimoine au service du Mice - Strasbourg
l'Europe en capitale, Voyages & Stratégie n° 170
Dossier convention bureaux : des acteurs qui comptent !
L'Événementiel N° 214



Presse internationale

Retombées presse

> **Mars 2012 :**

Neue Rezepte für Frankreich - New recipes for France,
CIM Issue 2

> **Mai 2012 :**

Alsacia y Estrasburgo, más cerca, La Lettre, Chambre de
Commerce et d'Industrie Française de Barcelone

> **Octobre 2012 :**

Erfolgsrezepte für Veranstaltungen - Roadshow vom 6. bis 8.
November 2012, Events Magazin

StädteTipp Strassburg - Das Schmuckstück des Elsass,
TMA travel management Austria & MICE

Elsass-Abend auf dem Schiff in Stuttgart, Events - dans
Management-Magazin für Live-Kommunikation

Über die Grenzen : Strassburg !, Business Traveller Special :
Sonderheft Tagung 2012



🐾 Rédactionnel dans Headquarters - 3000 exemplaires

La destination Strasbourg fait l'objet d'un dossier spécial, à l'initiative et via le financement d'Atout France dans l'édition de février 2012 de Headquarters, magazine spécialisé pour les responsables d'association d'Europe, du Moyen-Orient et d'Afrique. Ce dossier spécial destinations françaises présente 10 villes : Paris, Lyon, Marseille, Lille, Nantes, Montpellier, Strasbourg, Nice, Toulouse, Bordeaux. Ces villes sont réunies dans cette publication en tant que destination dynamique disposant de pôles de compétitivité, ainsi que d'atouts différentiels en vogue et des services innovants.

Ce dossier spécial montre aux Associations internationales organisatrices de congrès qui changent régulièrement de destination, les potentialités réparties sur notre territoire national.

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

- > **Novembre 2012 :**
insertion dans le magazine Voyage & Stratégie, N° 170
insertion dans le magazine L'Événementiel, N° 214
- > Insertion dans le guide de l'Aéroport international de Strasbourg



III. Plan d'actions partagé au niveau régional Nouveauté 2012

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 les marchés national et international.

Communication

Afin de créer une communication harmonisée et pertinente des trois villes sur le segment du MICE, un nom et une identité ont été créés : Meet in Alsace Strasbourg | Colmar | Mulhouse. Cette identité se décline en :

- Une plaquette 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.
- Un site internet portail, www.meet-in-alsace.com, qui 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 chaque site.
- Un « kit ambassadeur » composé d'une pochette et de la plaquette de présentation, pour inciter les chefs d'entreprises, Docteurs, Professeurs, associations, fédérations ou syndicats professionnels à devenir ambassadeur et mettre en avant l'Alsace dans leurs réseaux. Ce kit est soutenu et renforcé par un clip vidéo disponible sur le site internet cité précédemment.

meet in alsace
Strasbourg | Colmar | Mulhouse



Salon Réunir - 12 et 13 septembre

Strasbourg, Colmar et Mulhouse et leurs partenaires étaient présents au salon REUNIR 2012 sur un stand destination Alsace de 30 m², situé dans la zone congrès. Le Strasbourg Convention Bureau pilotait cette opération.

Voici la liste des partenaires du SCB qui étaient présents au salon :

- Strasbourg événements
- Hôtel A la Cour d'Alsace **** - Obernai
- Hôtel Régent Petite France ****
- Sofitel Strasbourg Grande Ile *****



Soirée Stuttgart - 24 septembre

Cet événement, destiné à la promotion de l'offre MICE alsacienne était piloté par le Comité Régional du Tourisme d'Alsace. Strasbourg Convention Bureau était partenaire de cette opération avec les villes de Colmar et Mulhouse ainsi qu'Atout France Allemagne et le magazine Events.

Cette soirée a eu lieu sur le bateau "Theaterschiff". L'objectif était de développer l'attractivité et le rayonnement de la région Alsace en valorisant ses nombreux atouts en particulier son offre MICE spécifique sur les trois villes que sont Strasbourg, Colmar et Mulhouse. Les projets structurants en cours et à venir, ainsi que le dynamisme et le professionnalisme de la région, ont été présentés.

Pascal Bastian, Chef du Restaurant étoilé le Cheval Blanc à Lembach a mis en valeur le savoir-faire, la gastronomie et l'art de recevoir alsacien. Les vins d'Alsace étaient mis à disposition par le Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace (CIVA).

Étaient présents : agences incentives ou événementielles, organisateurs de meetings, événements, congrès au sein des entreprises, responsables d'associations internationales susceptibles d'organiser des congrès en France, décideurs du club d'affaires franco allemand ainsi que la presse professionnelle allemande et les représentants alsaciens.

IV. Les chiffres clés en 2012

A) Promotion et prospection

ACTIONS DE PROMOTION

- **4** salons nationaux et internationaux
- **1** workshop à l'étranger
- **2** soirées de présentation de la destination
- **1** roadshow
- **2** éductours
- **3** rencontres France Congrès
- participation à **1** congrès national
- **Au total : 639** contacts et **17** projets issus directement de ces opérations

PRESSE

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

SITE INTERNET

- **27 344** visites
75 visites/jours en 2012
(69 visites/jour en 2011
64 en 2010)
- **97 357** pages vues
3.56 pages/visite en 2012
(3,95 pages/visite en 2011
4,45 en 2010)
- **2,21** minutes/visite en 2012
(2,32 en 2011 et 2,26 en 2010)

RÉSEAU D'ADHÉRENTS

- **2** réunions d'information et de présentation avec les adhérents du SCB

CAMPAGNE D'E-MAILING

- **8** envois de newsletter et lettres d'informations trilingues

ÉDITION ET GOODIES

- **1500** plaquettes et listes d'adhérents, **200** clés usb pointeurs laser, **500** sacs distribués
- **30** rapports d'activités complets remis et **200** synthèses

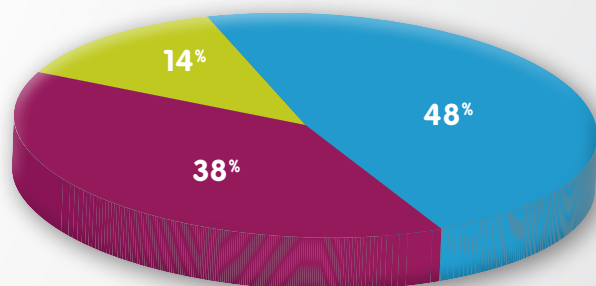
B) Accompagnement de projets

320 projets accompagnés en 2012 (chiffre équivalent à celui de 2011)
dont :

- > **143** projets réalisés
- > **7** projets en cours
- > **96** projets abandonnés ou agence non retenue
- > **74** projets perdus

Graphiques des projets réalisés

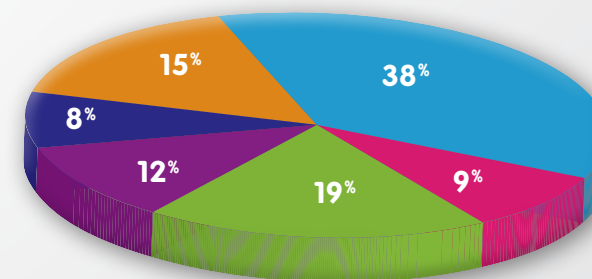
DURÉE / PROJETS ACCOMPAGNÉS ET RÉALISÉS EN 2012



■ 1 jour ■ 2-3 jours ■ 4 jours et +

Tendance 2009-2012 : 40% des projets traités durent 2 à 3 journées. Les projets traités d'une durée d'une journée représentent 50%. L'augmentation du nombre de projets traités entre 2009 et 2012 ne change pas cette répartition.

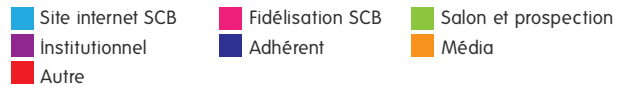
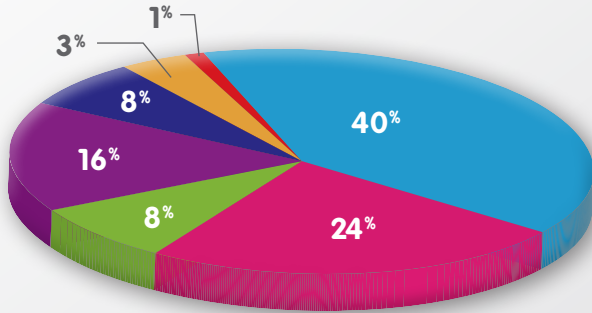
TYPE / PROJETS ACCOMPAGNÉS ET RÉALISÉS EN 2012



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

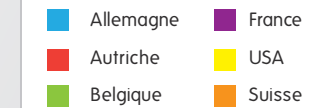
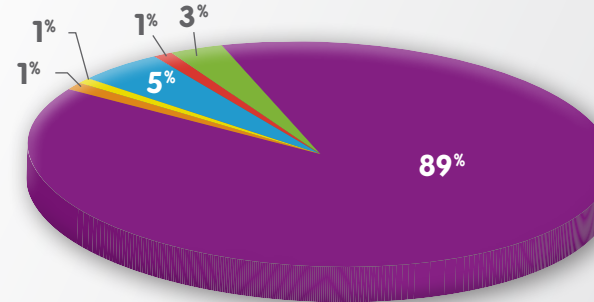
Tendance 2009-2012 : Sur ces 4 années, les séminaires et les congrès sont stables et représentent respectivement 40% et 20% des projets traités. A noter que les banquets et soirées de gala sont en augmentation : de 11% des projets en 2009, leur part est passée à 15%. De même, les incentives sont en constante augmentation : de 3% en 2009 ils passent à 8% en 2012.

SOURCE / PROJETS ACCOMPAGNÉS ET RÉALISÉS EN 2012



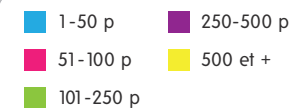
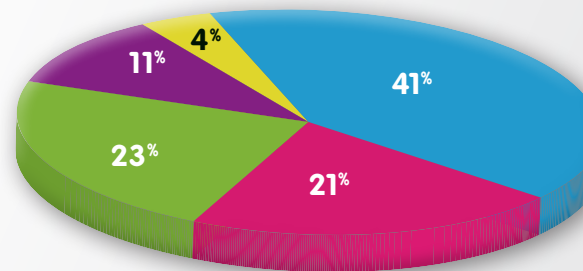
Tendance 2009-2012 : Le site internet ainsi que la fidélisation aux services d'accompagnement du SCB sont les deux portes d'entrées principales des projets. Elles n'ont cessé d'augmenter depuis 2009, même si la fidélisation semble se stabiliser aux alentours du quart pour l'origine des dossiers. Les projets relayés par les institutionnels et adhérents sont en diminution depuis 2009, ce qui traduit le fait que le SCB est reconnu en tant que porte d'entrée immédiate pour les demandes. Les salons produisent des résultats variables selon les années et assurent une visibilité indispensable sur le marché très concurrentiel du MICE.

ORIGINE / PROJETS ACCOMPAGNÉS ET RÉALISÉS EN 2012



Tendance 2009-2012 : depuis 2009, le trio Allemagne-Belgique-Autriche représente 10% de l'origine des projets traités, la France représentant les 90% restants. Soulignons que nous parlons de la nationalité de l'organisateur et que les participants aux manifestations sont bien sûr nationaux et internationaux.

TAILLE / PROJETS ACCOMPAGNÉS ET RÉALISÉS EN 2012



Tendance 2009-2012 : à part égale, les projets jusqu'à 50 participants et les projets de 51 à 250 personnes représentent 40% du total des projets traités. Les projets supérieurs à 251 personnes représentent quant à eux 15% du total. Ces données sont stables depuis 2009.

C) Observatoire économique

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

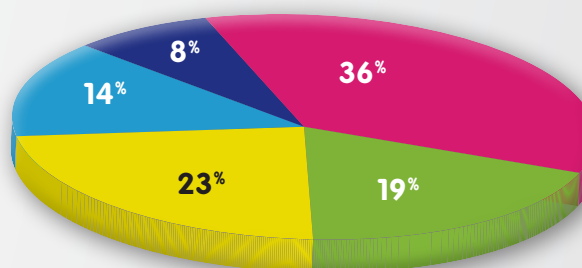
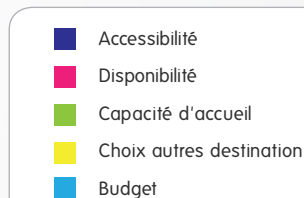
Les 143 projets accompagnés et réalisés ont réuni 25 812 personnes pour un nombre de journées égal à 50 862.

Cela nous permet d'estimer des retombées économiques à hauteur de 11 565 000 € pour l'année 2012, des chiffres en progression de 10% par rapport à 2011.

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 2012



Tendance 2009-2012 : Le pourcentage de perte lié au budget est en baisse et représente la 4e raison des échecs. La disponibilité et/ou la capacité d'accueil des infrastructures sont les deux principales raisons de perte des projets. La destination séduit de plus en plus et représente moins d'un quart de la raison des pertes contre 61% en 2010.

Résultats de l'observatoire économique*

L'observation de cette filière est le fruit d'un partenariat entre les différents Convention Bureaux et l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace. Les panélistes qui ont fourni les chiffres d'activité sont : Strasbourg Evénements, l'Université de Strasbourg, le Zénith Europe Strasbourg, le Vaisseau, Colmar Congrès, Foire Expo Mulhouse, Salons de la SIM à Mulhouse.

Seules sont observées les manifestations d'envergure nationale et internationale, c'est-à-dire celles qui génèrent des nuitées dans les hébergements, notamment hôteliers.

Plus de congrès et salons internationaux et nationaux

Il y a eu 89 manifestations de type congrès et salons organisés et identifiés par les structures de notre panel, soit un résultat en progression par rapport à 2011 où seules 70 manifestations avaient été organisées. Le total de l'activité 2012 compte 19 manifestations de plus par rapport à 2011 ; il y en a eu 64 d'envergure nationale (contre 47 en 2011), et 25 d'envergure internationale (contre 23 en 2011).

Des manifestations qui durent légèrement plus longtemps

La durée moyenne des manifestations d'envergure nationale ou internationale est de 2,6 jours contre 2,5 jours en 2011. Les manifestations d'envergure internationale ont une durée moyenne de 3,4 jours contre 2,2 pour les manifestations nationales.

Une progression nette des journées Affaires

Les 71 congrès et salons ont généré 112 000 journées affaires en 2012 contre 97 500 en 2011 (+14%). L'explication tient au fait qu'il y a eu en 2012 le « retour » à Strasbourg du congrès E-MRS (European Materials Research Society) qui s'était déroulé à Nice en 2011.

Manifestation	Nombre de journées affaires
Congrès European Materials Research Society E-MRS 2012	14 750
Salon de l'étudiant et du recrutement Franco-Allemand	12 000
Convention du groupe BEAUMANOIR spécialiste de la distribution dans la mode, le prêt-à-porter et le textile	9 600
Convention internationale EDTNA/ERCA European Dialysis and Transplant Nurses Association/European Renal Care Association	8 000
Congrès annuel de Société Française d'Accompagnement et de Soins palliatifs	6 300
Congrès National Fonction Publique Territoriale CNFPT ETS 2012	4 500
Congrès sur l'utilisation des bio stimulants	2 808
EAPD 11EME CONGRES l'European Academy of Paediatric Dentistry	2 610

*Données extraites du Bilan 2012 de l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace - Février 2013

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.

Plus 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 105 000 en 2012, en hausse de 20% par rapport à 2011.

Une activité de congrès et salons d'envergure nationale et internationale qui génèrent plus de 22 millions d'€ de retombées économiques

Sur la base des récents indicateurs mesurés par l'étude sur les retombées économiques de l'activité des congrès en France et en Ile de France, qui évalue à 300 € par jour la dépense des congressistes étrangers et à 170 € par jour la dépense des congressistes français. Le secteur d'activité de la Santé, médecine et pharmacie représente près d'une journée affaires sur 3, 28% des manifestations d'envergure nationale ou internationale ont concerné le secteur d'activité de la « Santé, médecine, pharmacie, biotechnologies et équipements » ; viennent ensuite les secteurs d'activité de la « Enseignement, emploi et ressources humaines » et de l'« Industrie, recherche, sciences et techniques, sous-traitance » qui représentent respectivement 18% et 16% des manifestations organisées en 2012.

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.

v. Perspectives

A) Réactiver les réseaux des prescripteurs locaux – décideurs économiques, institutionnels, universitaires et des adhérents au Strasbourg Convention Bureau

2013 nous donnera l'occasion d'organiser un « temps fort » à destination de ces publics, sur le thème de la rénovation et l'agrandissement du Palais de la Musique et des Congrès. En effet, il est important de communiquer en amont auprès des décideurs de l'impact des travaux sur l'activité des lieux, et surtout, sur le produit livré final : maintien de l'activité événementielle du PMC pendant les travaux, calendrier de l'avancement des aménagements, autant de points à soulever et clarifier pour permettre de rassurer les utilisateurs et futurs utilisateurs qui pourront s'appuyer sur les services d'accompagnement du SCB.

Il s'agira de sensibiliser, comme en 2011 à L'Aubette, les décideurs strasbourgeois à l'intérêt d'organiser des événements et congrès à Strasbourg qui sont générateurs non seulement de notoriété, mais aussi de retombées économiques. Ce « temps fort » sera l'occasion de motiver ce public et nos adhérents, dans leurs démarches pour proposer Strasbourg en tant que lieu du prochain symposium, colloque, congrès.



B) Une collaboration accrue dans le cadre du plan d'actions partagé au niveau régional

Dans le but de mener une démarche concertée au niveau alsacien, le SCB participe depuis 2011 à une dynamique régionale partagée avec la Région Alsace et le Comité Régional du Tourisme, pour réaliser des actions avec Colmar et Mulhouse.

L'étude de positionnement et de stratégie marketing du tourisme d'affaires en Alsace, commandée par la Région Alsace auprès d'un cabinet spécialisé, a été présentée le 18 octobre 2012 en présence des élus et personnes concernées par la démarche. Un plan marketing triennal résultant des recommandations a été proposé pour les années 2013-14-15 pour accompagner Strasbourg, Colmar et Mulhouse dans leur promotion et leur développement du segment tourisme d'affaires/rencontres économiques.

2013 verra l'intensification des actions menées, avec le soutien de la Région Alsace, par les villes de Strasbourg, Colmar et Mulhouse.

Afin de structurer cette démarche, un contrat de destination est en projet sous l'égide du Comité Régional de Tourisme d'Alsace et avec pour partenaires, outre les professionnels au niveau régional la participation d'Atout France.