

Le tourisme d'affaires : une opportunité internationale pour le Nord-Pas de Calais

Lille Juin 2009

Dossier de presse

C'est dans le cadre des rencontres économiques de l'international du 15 au 19 juin qu'est organisée la conférence "De l'industrie du tourisme d'affaires au marketing territorial" le jeudi 18 juin de 14h à 17h.

L'occasion pour les acteurs du tourisme d'affaires en Nord-Pas de Calais de se retrouver pour coordonner leurs actions et se donner un véritable projet de développement commun doté de moyens conséquents.

A l'issue de cette conférence une convention de partenariat particulièrement prometteuse pour le développement de la filière tourisme d'affaires est signée entre le Comité Régional de Tourisme et la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie, dans le cadre du contrat de projet Etat-Région 2007-2013.



DRCE Nord-Pas de Calais

Le tourisme d'affaires

Un véritable levier pour le développement économique

Le tourisme d'affaires est un des leviers les plus importants pour le développement touristique régional.

* une **dimension économique forte**, car répartie sur l'ensemble du territoire régional, suscitant ainsi la découverte de la région auprès de clientèles à haut pouvoir d'achat, y compris des clientèles étrangères

* une **dimension sociale évidente**, favorisant l'ouverture de la région à l'extérieur et les échanges entre des populations d'horizons très divers et la population régionale

* des effets pouvant être très positifs en termes d'**image pour le Nord-Pas de Calais**

* peu de risque en termes **environnementaux**, son développement pouvant au contraire favoriser l'amélioration du cadre de vie des populations locales.

Toutefois pour être reconnue comme destination de tourisme d'affaires à part entière, et les professionnels sont unanimes, la région Nord-Pas de Calais doit s'appuyer sur un positionnement clair et identifié, propre à ses valeurs, afin de se démarquer dans un secteur où la concurrence est intense.

Possibilité d'étalement de la saison, retombées économiques importantes et porte d'entrée intéressante pour l'image de la région sont autant d'atouts pour cette filière dont les composantes sont nombreuses et variées : les congrès, les conférences, les colloques, les symposiums, les séminaires, les conventions, les foires, les expositions, les salons, les incentives et les journées d'études.

TOURISME D'AFFAIRES EN NORD-PAS DE CALAIS

L'OFFRE

- des centres de congrès, foires et salons : Lille, Le Touquet, Arras, Dunkerque, Douai, Valenciennes
- une offre hôtelière dense, stable et diverse
 - o 407 hôtels – 17 030 chambres au 01/01/2009 : 11ème capacité régionale de la France (12ème rang en nombre d'hôtels)
 - o l'offre en 3*, 4* et 4*luxé représente 93 hôtels et 5 370 chambres
 - o plus de la moitié des hôtels équipés de salles de réunions ou séminaires

offre hôtelière régionale au 01/01/09

	Sans étoile	1 étoile	2 étoiles	3 étoiles	4 étoiles	4 étoiles luxe	Total
Hôtels	76	27	211	70	21	2	407
Chambres	4 007	671	6 982	4 218	1 059	93	17 030

- des destinations aux ambiances complémentaires
- de nombreux équipements culturels et de loisirs organisés pour l'accueil de séminaires, de réceptions, d'événementiels et répartis dans la région
- des restaurants ou lieux d'accueils insolites se positionnant également sur l'accueil de réunions ou séminaires à la journée

Les autres structures identifiées

Hormis l'hôtellerie, d'autres structures ou établissements sont organisés dans l'accueil des séminaires ou colloques selon leur capacité. Il peut s'agir :

- de salles de réunions, à gestion privée ou publique, souvent associées à des traiteurs,
- de restaurants avec salles de réunions (148 identifiés en Nord-Pas de Calais),
- d'équipements touristiques culturels ou ludiques : musées (La Piscine à Roubaix, ...), équipements récréatifs (Nausicaà, La Coupole, ...), complexes cinématographiques (Kinépolis, ...), casinos (Casino à Saint Amand...).

Un maillage d'organismes au service du tourisme d'affaires

Lille Convention Bureau, Lille Event's, Opal'meeting, les services congrès d'offices de tourisme (Lille, Dunkerque, Le Touquet), les clubs hôteliers et les Chambres de Commerce et d'Industrie ainsi que la CRCI et le CRT sont autant d'organismes acteurs du tourisme d'affaires dans le Nord-Pas de Calais.

Le tourisme d'affaires

Un véritable levier pour le développement économique

LA FRÉQUENTATION

L'hôtellerie régionale a enregistré un taux d'occupation de 63% en 2008. Elle situe le Nord-Pas de Calais au 2ème rang des régions françaises.

Au total dans l'hôtellerie, et en 2008, les déplacements professionnels ont généré 3 500 000 nuitées, soit 58% des nuitées totales.

Cette part des nuitées consacrées aux déplacements professionnels dans l'hôtellerie, comparée aux nuitées pour motif d'agrément, nous inscrit en 3ème position parmi les régions de France.

Source : enquête hôtelière INSEE/DT/CRT

Sur le secteur de l'arrondissement de Lille, en 2007 l'industrie des réunions a généré 5 400 manifestations et 575 000 participants ont été identifiés sur quelque 35 équipements ayant répondu à l'enquête.

Source : enquête offre et activité des lieux d'accueil sur l'arrondissement de Lille en 2007-ADULM

Sur le plan national, les données générales indiquent que les enjeux économiques et touristiques du tourisme d'affaires sont considérables.

Un touriste d'affaires dépense entre 2,5 et 3 fois plus qu'un touriste d'agrément et 30% des congressistes reviennent à l'occasion d'un séjour d'agrément.

Un Euro investi dans l'organisation d'un congrès génère 8 Euros de dépenses annexes, notamment pour l'hébergement et la restauration.

Retour sur les 1ères Assises du tourisme d'Affaires :

Pour répondre aux souhaits des professionnels de la filière, le CRT et la CRCI ont permis aux professionnels du Tourisme d'Affaire de se rencontrer.

Celles-ci se sont déroulées le 12 Octobre 2006 à la Chartreuse du Val Saint-Esprit à Gosnay.

Une offre imposante ne fait pas tout

Quels enjeux ont motivé l'organisation de ces 1ères Assises ?

C'est simplement que profusion, diversité et maillage de tout le territoire régional ne suffisent pas à positionner la région comme une destination majeure du tourisme d'affaires.

Notre offre est certes imposante et de qualité. Elle est alliée à une véritable offre touristique, à moins d'une heure et demie de grands centres décisionnels comme Paris, Bruxelles ou Londres. Pourtant, l'absence de "guichet unique" permettant aux clients de s'y retrouver aisément- constitue un grave handicap. D'autant que dans ce secteur la concurrence est vive, tant avec les grandes capitales voisines qu'avec d'autres régions françaises et européennes où le travail en réseau existe de longue date.

Fédérer les énergies pour gagner !

Un constat dressé en terme d'enjeu par Régine Splingard, Présidente du C.R.T.

et Thierry Beine, Président de la commission tourisme de la CRCI, conforté par une étude régionale produite à l'occasion de ces Assises.

Des discussions de ces premières Assises, s'est dégagée **la volonté bien affirmée de travailler ensemble.**

Danièle Lhomme, Vice-Présidente du Conseil Régional chargée du Tourisme, pouvait d'ailleurs conclure que plusieurs orientations faisaient consensus comme la nécessaire définition d'une image identitaire forte, fondée sur nos valeurs régionales, pour faire la différence; la nécessité d'un "club" régional qui permette l'échange et la réflexion nécessaire à l'action collective; le besoin de communiquer et de commercialiser, ensemble, l'offre régionale, en France et à l'étranger

...

Les professionnels du tourisme d'affaires ont affirmé leur **volonté de travailler en réseau.** Les élus ont besoin de s'appuyer sur une ambition commune pour engager des politiques volontaristes avec les deniers publics.

Ces premières assises ont eu donc des prolongements qui se traduisent désormais en actes concrets !



Convention de partenariat CRT-CRCI

Moyens et actions pour le développement du tourisme d'affaires

Signature de la convention de partenariat pour le développement de la filière tourisme d'affaires entre le Comité Régional de Tourisme et la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie, dans le cadre du contrat de projet Etat-Région 2007-2013.

Objectifs généraux :

- Positionner le **Nord – Pas de Calais comme réelle destination de tourisme d'affaires** dans le triangle Londres – Bruxelles – Paris : positionnement d'image, vision macro-économique
- **Développer et qualifier l'offre** et l'activité du marché des séminaires résidentiels et les journées d'études sur l'ensemble du territoire régional.

Grandes orientations stratégiques :

- Identifier le marché des séminaires résidentiels, réunions d'entreprise et événementiels,
- Accompagner le développement de petites et moyennes entreprises, agir comme un véritable levier économique pour les PME
- Développer un tourisme d'affaires adapté et profitable aux territoires.

3 axes d'intervention prioritaire :

• Une observation et une connaissance du marché :

- *L'inventaire et le suivi de l'offre*

Les structures pouvant accueillir des séminaires dans la région, les perspectives et attentes de professionnels seront recensées et gérées dans une base de données régionales. Une mise à jour régulière de l'offre et des projets d'équipements sera ainsi développée.

- *L'observation du marché*

Cette filière nécessite une observation fine et permanente du marché, condition incontournable pour animer et orienter le développement de l'activité et les porteurs de projets, aider à la décision et évaluer les actions du contrat de projet.

- *Définir une stratégie marketing*

Aller à la rencontre des clientèles intéressées et potentielles et des décideurs doit s'appuyer sur la définition d'une véritable stratégie marketing partagée. Il s'agira de définir le ou les positionnements les plus adaptés, les marchés à conquérir, les produits à développer tout en respectant les spécificités et valeurs des territoires.

• Un accompagnement des professionnels :

- *Démarche Qualité +*

La région Nord-Pas de Calais a conçu un dispositif permettant aux professionnels du tourisme et des loisirs en général de se démarquer en améliorant en permanence leurs prestations : référentiel de qualité, audit de contrôle, marque Qualité Tourisme (pour laquelle le CRT est le référent territorial).

Cette démarche sera étendue à l'ensemble des équipements et prestations du tourisme d'affaires visant à proposer des séjours d'affaires «zéro défaut»

- *Formation*

Le Tourisme d'affaires ne peut se développer que s'il s'appuie sur un réseau d'acteurs informés, sensibilisés et formés sur le marché, son évolution, son potentiel...

- *Coaching*

Un accompagnement personnalisé et une assistance sur-mesure pour les professionnels volontaires, favorisant un réel développement commercial, pérenne et durable appuyé sur les valeurs de leurs territoires d'implantation.

• L'animation de la filière :

- *Dynamisation des réseaux d'acteurs*

Une mise en réseaux qui passera par l'organisation de rencontres régulières thématiques, d'échanges, de travail ou de communication, permettant de donner une véritable identité régionale à la filière.

- *Création et animation d'un web pro*

Doter les professionnels du tourisme d'affaires de la région d'un outil à la pointe des technologies de l'information et du partage des connaissances et adapté à leurs besoins spécifiques est une nécessité.

- *Outils et moyens de communication*

Donner au tourisme d'affaires une meilleure lisibilité par la création d'outils d'information, de promotion et de communication adaptés à ses différentes composantes qui serviront de support pour aller à la rencontre des clientèles.

Le programme de communication sera décliné en fonction des actions préconisées par le Plan Stratégique Marketing.