



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

A) Vie de l'Association	3 - 4
Newsletters mensuelles	
Outils de promotion	
Réunions d'information	
Benchmarking	
B) Démarche de promotion collective	5 - 7
Le SCB fédère un réseau de professionnels	
Le SCB fait partie d'un réseau de professionnels local, national et international	
• Les instances de tourisme alsacien	
• Nos réseaux nationaux et internationaux	
Myticket – Nouveauté 2011	
• Campagne de communication	

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

A) Nos cibles géographiques	8 - 12
Le marché national	
• Le marché Lyon et Rhône-Alpes - Nouveauté 2011	
Workshop	
Soirée à l'hôtel SOFITEL de Lyon	
Eductour	
Réunion adhérents	
• Salons	
Salon Bedouk, 2 et 3 février à Paris	
Salon Réunir, 14 et 15 septembre à Paris	
Salon Heavent, du 25 au 27 octobre à Paris	
Les marchés européens	
• Le marché allemand	
Salon IMEX 24, 25 et 26 mai à Francfort	
Workshop/roadshow – Nouveauté 2011	
Les marchés internationaux et émergents	
• Salon EIBTM du 29 novembre au 1er décembre	
• Le marché indien – Nouveauté 2011	

B) Nos cibles fonctionnelles 13 - 14

- Les agences événementielles et de tourisme d'affaires
- Les associations nationales et internationales
- Les entreprises
- Les prescripteurs locaux – **Nouveauté 2011**

C) Le SCB présent dans la presse MICE 15 - 17

- Rédactionnel**
 - Presse nationale
 - Retombées presse
 - Accueil Presse
 - Presse internationale
 - Retombées presse
 - Rédactionnel Headquarters – **Nouveauté 2011**
- Insertions presse**
 - Guide et référencement
 - Insertions

III. Les chiffres clés en 2011 18

A) Promotion et prospection	18
• Edition et goodies	
• Action de promotion	
• Presse	
• Site internet	
• Réseau d'adhérents	
• Campagne d'e-mailing	
B) Accompagnement de projets	19 - 20
• Graphiques des projets réalisés	
C) Observatoire économique	21 - 23
• Estimation des retombées économiques pour les projets accompagnés par le SCB	
• Graphique des raisons des échecs	
• Résultats de l'observatoire économique	

IV. Perspectives 24

A) Une collaboration avec les organismes régionaux du tourisme	24
B) Le marché espagnol	24

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, le Département du Bas-Rhin, 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 SCB étant une association de droit local, ses particularités et son fonctionnement sont votés lors de réunions statutaires. En 2011 ont eu lieu : 2 bureaux élargis, 3 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 460 000 €.
- L'équipe du SCB a connu le départ, au 31 mars 2011, de la chargée de développement. Ce poste a été partiellement remplacé par un stagiaire. Le poste salaires et charges a donc été inférieur au montant prévisionnel et ceci a permis de respecter le budget malgré la diminution des subventions du Conseil Général du Bas-Rhin et de la Région Alsace. Un recrutement sera finalisé début 2012.



Newsletters mensuelles

Le SCB s'engage à informer l'ensemble de ses adhérents de ses actions en diffusant chaque mois 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.

Réunions d'information

En janvier 2011, le SCB a réuni ses adhérents associés à de potentiels adhérents à l'hôtel SOFITEL afin de présenter les actions entreprises en 2010 ainsi que le plan d'actions 2011. Cette opération a été renouvelée à l'hôtel Hilton le 15 décembre dans le but de présenter les actions 2011 et celles prévues en 2012. Cela a permis de recruter une quinzaine de nouveaux adhérents.

Benchmarking

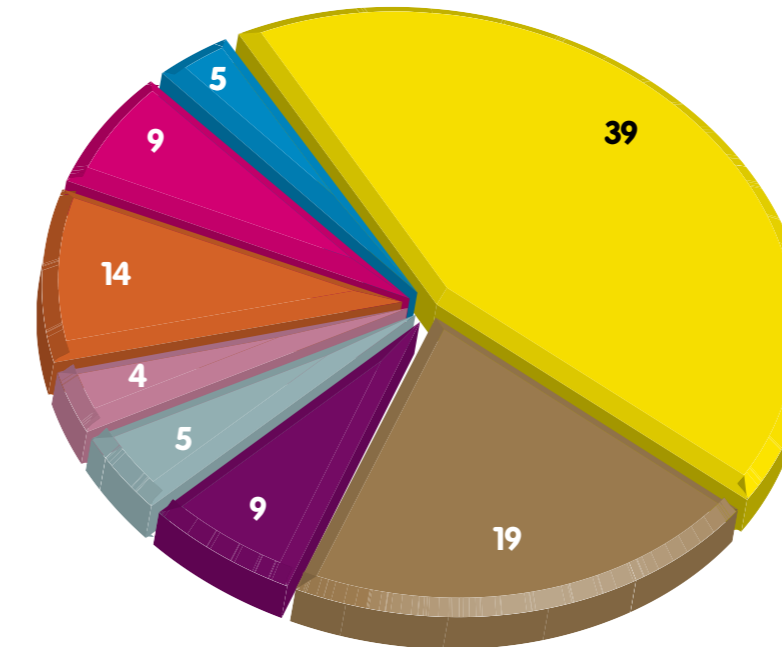
En 2011, le SCB a été consulté par plusieurs villes qui ont le projet de créer un convention bureau sur leur territoire. En effet, notre structuration, nos financements, le fonctionnement de nos dispositifs, notre plan d'actions, le déploiement de nos services... ont déjà été pris pour exemple par le passé.

Nous avons donc eu des échanges d'expérience avec Tours, Rennes et Rouen (intervention lors du lancement du Bureau le 1er juin 2011).



B) Démarche de promotion collective

Le SCB fédère un réseau de professionnels



Total en 2011 : 104 adhérents (Total en 2010 : 94 adhérents)

- Hébergement
- Restauration
- Lieux et espaces de réunion
- Lieux de prestige et de spectacle
- Agences événementielles, réceptives et de communication
- Activités et animation
- Services
- Transport

Au début de l'année 2011, une campagne d'adhésion a été lancée. Elle a permis l'accueil de nouveaux adhérents et le renouvellement d'anciens adhérents, aboutissant à un solde positif de 10.

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) 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 en pages 22 et 23).

• Nos réseaux nationaux et internationaux

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 septembre** : séminaire stratégique CFTAR à Angers, qui fut l'occasion pour tous les membres de se retrouver à des tables rondes et réunions de travail dans l'objectif de définir la stratégie et les actions du CFTAR au courant de l'année 2012 : workshop avec les délégations d'Atout France Allemagne, Belgique, Espagne, Etats-Unis, France, Grande Bretagne, Italie et Suisse, en vue de planifier de futures actions communes sur les marchés prioritaires.
- **Nouveauté 2011** : le CFTAR a mené des études sur les marchés BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine). Un potentiel de développement a été détecté pour Strasbourg sur le marché indien.
- **En décembre** : participation à l'Assemblée Générale du CFTAR, année électorale pour le renouvellement du Bureau.



Aux côtés de Strasbourg événements, le SCB a participé aux actions proposées par France Congrès. En janvier 2011, le SCB a participé aux 23èmes « Journées France Congrès » au Touquet ainsi qu'à la démarche « Qualité & Développement Durable » spécifique aux Bureaux des Congrès au niveau national et qui vise à développer une charte partagée.

Participation du SCB aux Universités de l'ANAE en juillet 2011 à Lille et aux réunions thématiques régulières proposées par le Club des prestataires de l'ANAE.

Nouveauté 2011

My Ticket

En collaboration avec la Compagnie des Transports Strasbourgeois, le SCB a lancé début 2011 une nouvelle offre de transport préférentielle destinée aux organisateurs d'événements d'affaires.

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 désormais 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.

L'objectif fixé par le SCB était de 35 000 journées de transport en 2011. Cet objectif a été nettement dépassé puisque ce sont 121 095 journées qui ont été vendues par la CTS à des organisateurs de rencontres économiques pour le transport des participants à Strasbourg et dans la CUS.

• Campagne de communication

Ce nouveau titre de transport est un avantage concurrentiel apprécié des organisateurs nationaux et internationaux. Le SCB a diffusé un communiqué de presse qui a été repris par : le blog de l'ANAE ; la newsletter du groupe l'Événement(s) ; Atout France ; le support du salon IMEX Daily ; Meet In ; L'événementiel ; les sites Internet des magazines MIM et Headquarters (publications en anglais destinées aux leaders et décideurs internationaux).

500 courriers présentant la nouvelle offre de transport « my ticket » ont été envoyés à partir du fichier projets du SCB. Un flyer spécifique a été réalisé avec la CTS. En 2011, ce sont au total 2000 flyers qui ont été diffusés.



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.

Le marché national

Nouveauté 2011

• Le marché Lyon et Rhône-Alpes

Depuis le 11 décembre, la ligne TGV Rhin/Rhône a considérablement rapproché la Ville de Strasbourg à la Ville de Lyon (3h40 actuellement/3h15 prévu pour 2016). Strasbourg, dorénavant au carrefour de deux lignes à Grande Vitesse, se revêt d'un nouvel atout pour séduire la clientèle potentielle présente sur la métropole lyonnaise. C'est dans cette optique que le SCB a de suite communiqué sur ce nouvel atout et vers cette nouvelle cible.



Workshop

Au mois de mai, le SCB a participé à la rencontre continentale organisée par Meet&Com à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon. Au cours de plus de 50 rendez-vous préprogrammés, le SCB a pu rencontrer des acheteurs issus de grandes sociétés françaises, des agences événementielles et des associations. Ces rencontres ont permis une découverte de la destination Strasbourg et de son nouvel atout : la liaison TGV Rhin/Rhône.

Soirée à l'hôtel SOFITEL de Lyon

En partenariat avec le Comité Régional du Tourisme d'Alsace, les villes de Colmar et Mulhouse, ainsi que la SNCF, le SCB a participé à la mise en œuvre d'une soirée événementielle le 22 septembre à l'hôtel SOFITEL Lyon Bellecour. Cette soirée a eu pour but de promouvoir la nouvelle ligne TGV et d'attirer des porteurs d'affaires du bassin lyonnais.



Eductour

Suite à l'initiative de l'adhérent Sofitel Strasbourg Grande Ile, le SCB a contribué, en décembre, à un éductour ciblant les agences situées en Rhône-Alpes. Trois agences événementielles de Lyon étaient présentes ainsi que deux journalistes (Meet&Travel Mag et Meet-In). Durant cet éductour, le SCB ainsi que ses partenaires (Strasbourg événements, l'Office de Tourisme de Strasbourg et sa Région, ainsi que l'agence Destination) ont pu présenter leurs services.



Réunion adhérents

Le 16 juin, le SCB a organisé une réunion avec les adhérents à la CCI de Strasbourg en partenariat avec la SNCF et la CCISBR. La réunion, animée par André REBOUL, Chef de projet TGV Rhin/Rhône, avait pour thème : « Comment développer une nouvelle clientèle de tourisme d'affaires et de loisirs court séjour ? ». Grâce à cette réunion, les adhérents ont pu prendre connaissance des tenants et des aboutissants des nouvelles dessertes TGV Rhin/Rhône et se sont vus présentés les nouveaux marchés potentiels comme le marché lyonnais.

• 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'organiseurs 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

Salon Bedouk, 2 et 3 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 2011, 600 exposants et près de 8 000 visiteurs sont venus 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 7 partenaires : les hôtels A la Cour d'Alsace, Val-Vignes, Sofitel Strasbourg Grande Ile, Régent Petite France, Holiday Inn Illkirch, ainsi que Strasbourg événements et Effervescence.



Salon Réunir, 14 et 15 septembre à Paris au Carrousel du Louvre

18èmes Rencontres professionnelles autour de la branche séminaires et congrès. En 2011, le salon a eu près de 2 200 visiteurs, soit une progression de plus de 21 % par rapport à 2010.

Le SCB, présent sur un stand de 16 m² était accompagné de 5 partenaires : les hôtels Hilton, Holiday Inn Strasbourg Illkirch, Régent Petite France, Sofitel Strasbourg Grande Ile et l'agence d'activités Takamaka.



Salon Heavent, du 25 au 27 octobre à Paris au Parc des Expositions – Porte de Versailles

12ème édition Porte de Versailles, 1er salon européen des professionnels de l'événement, de l'exposition et des congrès. Avec plus de 16 200 visiteurs, 334 exposants et 305 stands, Heavent est le rendez-vous majeur des prescripteurs et décideurs en matière d'événements professionnels.

Le SCB, présent sur un stand de 24 m² était accompagné de 5 partenaires : les hôtels Hilton et Sofitel Strasbourg Grande Ile ainsi que Strasbourg événements, Espace Couvert et Effervescence.



Les marchés européens

- Le marché allemand

Salon IMEX, 24, 25 et 26 mai à Francfort

Chaque année au mois de mai a lieu le salon IMEX à Francfort. Ce salon incontournable dans le secteur MICE, rassemble un visitorat européen et international et plus particulièrement allemand. C'est pourquoi Strasbourg y anime un espace dédié sur la zone France.

Salon international des voyages événementiels, rencontres et événements. En 2011, avec 3 500 exposants ce salon a attiré 9 000 visiteurs dont 3 900 Hosted-Buyers.

Présent sur la zone France, le SCB disposait d'un module de 20 m² avec 4 de ses partenaires : Strasbourg événements, l'agence Destination et les hôtels Holiday Inn Strasbourg City Centre et Hilton.



Nouveauté 2011

Workshop/roadshow

En octobre, le SCB, a participé au roadshow « Affaires » en Allemagne organisé par Atout France, aux côtés de 7 autres conventions bureaux et 5 hôtels de la région PACA. Ce roadshow s'est déroulé sur trois villes allemandes : Munich, Francfort et Cologne. Cette action a permis au SCB de faire connaître la destination Strasbourg/Alsace à de nombreux contacts répartis sur les trois villes.

Les marchés internationaux et émergents

- Salon EIBTM, du 29 novembre au 1er décembre

Un des principaux salons de l'industrie des rencontres professionnelles en Europe avec 112 pays exposants. En 2011, 9 262 visiteurs de 90 pays, 3 900 Hosted-Buyers et près 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.



Nouveauté 2011

- Le marché indien

En 2011, le SCB a rédigé une parution en partenariat avec l'Office de Tourisme de Strasbourg et sa Région présentant Strasbourg et ses opportunités. 40 000 exemplaires ont été distribués au sein d'entreprises et agences de voyage. Cette brochure est également téléchargeable sur le site d'Atout France Inde.



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).

Les 8 et 9 décembre, **le SCB a reçu 5 agences événementielles parisiennes** pour un **éductour à Strasbourg** autour du thème : « La magie d'un Noël alsacien ». Au cours de cet éductour, le SCB a pu faire visiter la ville et présenter bon nombre de ses adhérents.

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.

Nouveauté 2011

Des prescripteurs locaux

Le 27 janvier, le SCB a organisé un temps fort dédié aux prescripteurs locaux. Plus de 1000 contacts situés à Strasbourg et dans le Bas-Rhin ont été invités aux Salons Historiques de l'Aubette 1928 et 200 ont répondu présents. Ce temps fort était présidé par Jacques BIGOT, président de la CUS et du SCB. La vice-présidente de la CUS, Mme Catherine TRAUTMANN, ainsi que le président de l'Université de Strasbourg, M. Alain BERETZ, sont également intervenus lors de cet événement.

L'objectif de cette rencontre était de sensibiliser les prescripteurs locaux économiques, universitaires, institutionnels, pour qu'ils se lancent dans l'organisation de manifestations de la rencontre économique en s'appuyant sur les services du SCB. Ils deviendront alors les prescripteurs de Strasbourg à travers les événements qu'ils pourront générer dans leurs réseaux. C'est dans cette optique que les invités ont pu écouter les témoignages de différents prescripteurs locaux ayant déjà organisé des événements à Strasbourg.



C) Le SCB présent dans la presse MICE

Redactionnel

• Presse nationale

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

- > **Fin janvier 2011** : retombée presse suite au temps fort dans les **Dernières Nouvelles d'Alsace**
- > **Mars 2011** : reprise d'un communiqué de presse « nouveaux adhérents » dans la **newsletter d'Événement(s)** et dans le magazine **Événement(s) d'Entreprise**
- > **Avril 2011** : rédactionnel « Strasbourg 'the place to be' pour vos séminaires et réunions de travail » dans **France Guide**
- > **Mai 2011** : rédactionnel dans le dossier spécial Alsace du magazine **l'Événementiel**
- > **Juin 2011** : rédactionnel « Enquête Oenotourisme » dans **Voyages d'Affaires** et rédactionnel dans **La Gazette Hôtelière**
- > **Septembre 2011** : rédactionnel dans **Entreprendre Supplément**
- > **Novembre 2011** : rédactionnel dans **BusinessEvent**
retombée presse suite à la soirée au SOFITEL de Lyon dans **Meet and Travel Mag**
- > **Décembre 2011** : rédactionnel dans **l'Événementiel** et dans **l'Événementiel Hors Série**



Accueil presse

Le 13 avril, le SCB a accueilli Sabine DURAND, journaliste pour L'ÉVENEMENTIEL, magazine dédié à la communication par l'événement et distribué à 11 000 exemplaires chaque mois (corporate et agences).

Cette journée lui a permis de découvrir la ville en tant que destination d'affaires et de rencontrer une dizaine d'adhérents du SCB (hôtels, restaurants, traiteurs, agences, lieux de prestige et de réunion) en vue de la réalisation d'un dossier spécial destination « Strasbourg et sa région », programmé en mai 2011.

• Presse internationale

Retombées presse

- > **Fin février 2011** : reprise d'un communiqué de presse « nouveaux adhérents » dans le magazine **MIM**
- > **Mai 2011** : rédactionnel dans le **Magazine IMEX Daily 1**
- > **Août 2011** : rédactionnel dans le **Magazine Atout France Inde**

Nouveauté 2011

Rédactionnel dans Headquarters - 5000 exemplaires

A l'initiative du SCB, la destination Strasbourg fait l'objet d'un dossier spécial dans une parution du Headquarters, magazine spécialisé pour les responsables d'association d'Europe, du Moyen-Orient et d'Afrique. Ce dossier spécial destinations françaises présente 4 villes françaises : Montpellier, Nantes, Toulouse et Strasbourg. Ces 4 villes sont réunies dans cette publication en tant que destination dynamique disposant de pôles de compétitivité, de convention bureaux et de centres de congrès.

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. A la demande du SCB, une nouvelle rubrique « Bureau des Congrès » a été mise en place pour le guide Bedouk 2010/2011, pour permettre un classement approprié et plus pertinent.

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

- > **Mai 2011** : insertion dans le magazine **MIM**
- > **Mai 2011** : insertion dans le magazine **L'événementiel Spécial Alsace**



III. Les chiffres clés en 2011

A) Promotion et prospection

- Edition et goodies
 - > **1 400** plaquettes et listes d'adhérents, 130 clés usb, 500 sacs, 120 pointeurs laser distribués
 - > **180** rapports d'activités remis
 - > **10** dossiers de presse diffusés
- Action de promotion
 - > **5** salons nationaux et internationaux
 - > **1** workshop à l'étranger
 - > **1** soirée de présentation de la destination
 - > **2** eductours
 - > **3** rencontres France Congrès
 - > Au total : **518** contacts et **25** projets issus de ces opérations
- Campagne d'e-mailing
 - > **5** envois d'invitations par mail à l'occasion des différentes opérations
 - > **500** flyers myTicket avec la CTS

- Presse
 - > **1** accueil presse
 - > **2** communiqués de presse repris dans **5** magazines spécialisés
 - > **12** articles dans la presse spécialisée nationale et internationale
 - > **2** annonces presse
 - > **3** insertions dans les guides de référence : Bedouk et Réunir, avec 14 projets clairement identifiés par la suite et le guide TGV

- Site internet
 - > **25 217** visites (69 visites/jour – 64 en 2010)
 - > **99 571** pages vues (3,95 pages/visite – 4,45 en 2010)
 - > **2,32** minutes/visite – 2,26 en 2010

- Réseau d'adhérents
 - > **3** réunions d'information et de présentation avec les adhérents du SCB

B) Accompagnement de projets

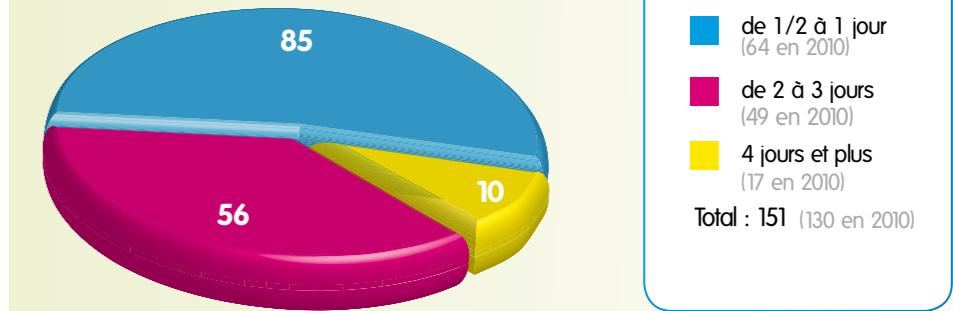
321 projets traités en 2011 (soit une progression de 28% par rapport à 2010) dont :

- > **151** projets réalisés
- > **11** projets en cours
- > **94** projets abandonnés ou agence non retenue
- > **65** projets perdus

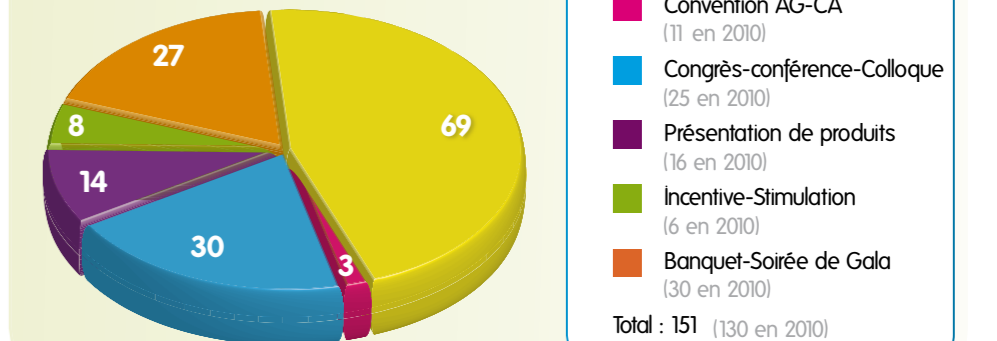


• Graphiques des projets réalisés

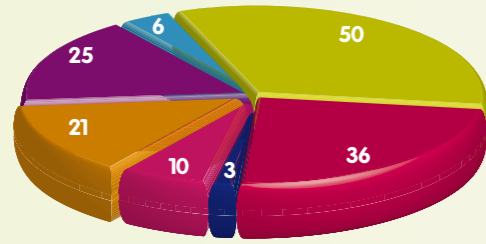
DURÉE/ PROJETS TRAITÉS ET RÉALISÉS EN 2011



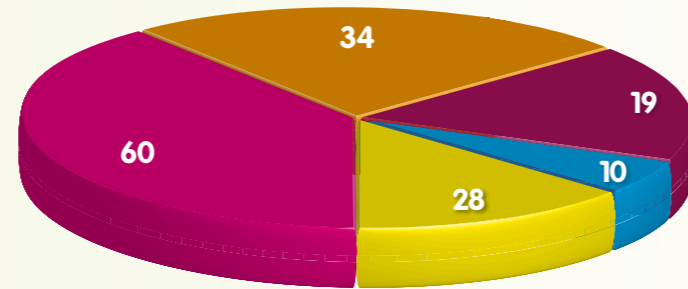
TYPE / PROJETS TRAITÉS ET RÉALISÉS EN 2011



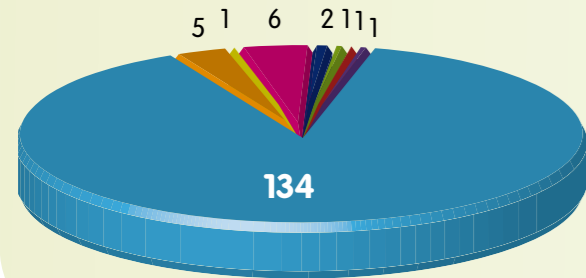
SOURCE / PROJETS TRAITÉS ET RÉALISÉS EN 2011



TAILLE/ PROJETS TRAITÉS ET RÉALISÉS EN 2011



ORIGINE DE L'ORGANISATEUR/ PROJETS TRAITÉS ET RÉALISÉS EN 2011



C) Observatoire économique

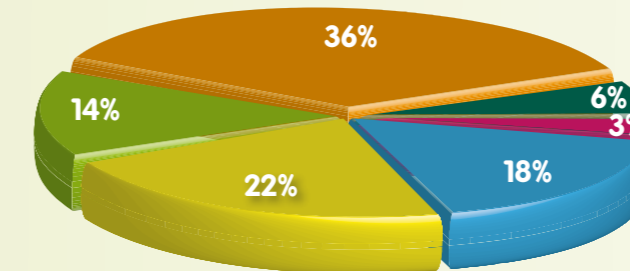
- Estimation des retombées économiques pour les projets accompagnés par le SCB

Les 151 projets réalisés par le SCB ont réuni pas moins de **29 904 personnes** pour un **nombre de journées égal à 48 225**. Cela nous permet d'estimer **des retombées économiques** à hauteur de **10 411 752 €** pour l'année 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 2011



• Résultats de l'observatoire économique

L'observation de cette filière est le fruit d'un partenariat entre le Strasbourg Convention Bureau et l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace. Il y a eu 149 manifestations de type congrès et salons organisés au Palais des Congrès de Strasbourg, soit un résultat identique par rapport à 2010. Parmi ces manifestations, il y en a eu 50 qui ont été d'envergure nationale ou internationale, donc susceptibles d'accueillir des participants dans l'hôtellerie de la ville.

> Plus de congrès et salons internationaux

Le total de l'activité 2011 compte 7 manifestations de plus par rapport à 2010 ; il y en a eu 32 d'envergure nationale (contre 31 en 2010), et 18 d'envergure internationale (contre 12 seulement en 2010).

> Des manifestations qui durent plus longtemps

La durée moyenne des manifestations d'envergure nationale ou internationale est de 2,8 jours contre 2,6 jours en 2010.

> Nettement moins de journées affaires^[1] mais difficile de faire mieux qu'en 2010.

Les 50 congrès et salons ont généré 96 835 journées affaires en 2011 contre 108 533 en 2010 (-11%). L'explication tient au fait qu'il y a eu en 2010 d'importants congrès qui n'ont pas eu lieu ou n'ont pas été remplacés par d'autres. Citons le congrès E-MRS (European Materials Research Society) qui s'est déroulé à Strasbourg successivement en 2009 et 2010 (13 100 journées affaires) mais qui en 2011 a été organisé à Nice. Le Palais des congrès de Nice a également accueilli le congrès national des experts comptables qui avait eu lieu en octobre 2010 à Strasbourg (11 000 journées affaires). Enfin et surtout, le salon de l'habitat social qui, en septembre 2010, avait accueilli 45 000 journées affaires, s'est déroulé en 2011 à Nantes.

Intitulé	Nb Jour	Journée Affaire
Salon de l'étudiant et du recrutement Franco-Allemand	2	12 000
Congrès du sommeil	3	6 960
Congrès des avocats allemands	3	4 500
Salon de l'Horticulture APEX 2011	3	4 500
Hybrid Material Congress	5	4 500
CEA 38 ^{ème} conférence EPS on Plasma Physics	5	4 250
Congrès National Fonction Publique territoriale CNFPT	3	3 900
23 ^{ème} rencontre nationale du transport public	3	3 600
Congrès des psychologues de l'Éducation Nationale APPEN	4	3 200
Convention USF pour les utilisateurs francophones de SAP	4	3 120

[1] Les journées affaires sont calculées par manifestation en multipliant le nombre de participants par le nombre de jours de la manifestation.

Précisons que le choix d'autres villes que Strasbourg pour ces congrès s'explique par le fait qu'ils tournent géographiquement en France et en Europe.

En 2011, c'est le forum franco-allemand qui est la manifestation la plus génératrice de journées affaires ; vient ensuite le congrès national du sommeil (7 000 journées affaires). Strasbourg a aussi accueilli le congrès national des avocats allemands avec 1 500 congressistes en juin 2011 pour 4 500 journées affaires (il aura lieu à Munich en 2012). En 2011, il y a eu 2 congrès et salons qui auront généré plus de 5 000 journées affaires, contre 7 en 2010.

> 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 80 000 en 2011.

Pour notre panel d'hôtels strasbourgeois dont une partie de leur activité concerne l'hébergement de congressistes (les hôtels HILTON, HOLIDAY INN City Centre, REGENTS, NOVOTEL et SOFITEL), le nombre de chambres louées correspondantes à ce segment est stable par rapport à 2010 ; en revanche, leur chiffre d'affaires recule de 9% pour s'établir à 2,8 millions d'€.

> Des hôtels qui ont plus accueilli de séminaires, réunions dans leurs murs

Pour l'activité « Meetings » organisée et accueillie au sein même des hôtels, le nombre de chambres commercialisées a augmenté de 13%, le chiffre d'affaires de 4,6 millions d'€ progressant de 10%. (pour le suivi de cette activité, notre panel comprend les hôtels HILTON, HOLIDAY INN City Centre, REGENTS, NOVOTEL et SOFITEL, la Verte Vallée à Munster, Mercure Champ de Mars à Colmar, Europe à Horbourg, Mercure centre à Mulhouse, Château de l'île à Ostwald).

Soulignons que le Strasbourg Convention Bureau assure depuis 4 ans une présence sur les salons nationaux et internationaux, des actions de promotion et de prospection pour la destination, pour l'ensemble des segments du MICE et que ces démarches portent leurs fruits. En effet, en 2011, le SCB a accompagné 321 projets dont 44,6% concernaient des séminaires.

> Santé, médecine et pharmacie, enseignement & ressources humaines, industrie et recherche sont les secteurs d'activités les plus générateurs de congrès et salons.

18% 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'activités des « assurances, banque, services financiers, juridique » et de l'« enseignement, emploi et ressources humaines » qui représentent chacun 17% des manifestations organisées en 2011 à Strasbourg.

A) Une collaboration avec les organismes régionaux du tourisme

Le SCB, depuis 4 ans, effectue une promotion importante et reconnue sur le territoire national et international. A la demande de nos partenaires et dans le but de présenter une démarche concertée au niveau alsacien, le SCB a participé en 2011 à une dynamique régionale impulsée par la Région Alsace et le Comité Régional du Tourisme.

Une étude a été commandée par la Région Alsace auprès d'une agence spécialisée, afin de définir quelle stratégie régionale pourrait être mise en place pour accompagner les 3 villes dans leur promotion et leur développement, mais aussi faire ressortir les actions communes envisageables. Ce travail d'audit a été amorcé en 2011, le rendu est attendu début 2012 pour une déclinaison opérationnelle à partir de 2012.

B) Le marché espagnol

L'ouverture d'une ligne aérienne entre Barcelone et Strasbourg grâce à l'implantation de la compagnie aérienne Vueling à l'Aéroport International de Strasbourg permet de prospecter le marché MICE espagnol à partir du printemps 2012.

Une nouvelle opportunité pour le tourisme d'affaires. Avec l'installation de la compagnie espagnole, la position de la ville de Strasbourg dans le marché du tourisme d'affaires gagne encore en compétitivité. Vueling, c'est une raison de plus pour choisir la capitale européenne comme destination lors de l'organisation de congrès, séminaires et autres événements professionnels. Que le public de l'événement soit catalan ou que l'événement soit dédié en partie à une délégation catalane, il s'avère que la nouvelle liaison aérienne vient jouer un rôle crucial dans le choix de la destination.

