**Prestations de service et évènements**

Présentation : l’activité du tourisme d’affaire en France

La France est l’un des pays leader dans l’accueil des congrès (tout particulièrement pour els congrès internationaux). Ses principaux concurrents sont UK, USA, Allemagne, Espagne. Paris occupe une position de leader au niveau mondial (en particulier sur le segment des congrès internationaux de grande taille). Une offre riche et variée en sites dédiés (centre de congrès ou parc des expositions) et non dédiés. 200 sites dédiés répartis en IDF (16) et 140 villes françaises. Au total 1400 sites non dédiés (salle de réunion, hôtels avec salle de conférence, lieux évènementiels). Ces sites ont accueilli en 2011 : 2800 congrès (1000 à Paris IDF et 1800 en province). 1,6 congressistes (50% IDF 50% province), 355000 étrangers (22%) et 770000 français ne résidant pas dans la région du congrès et 475000 originaires de la région (32%). Les retombées économiques des congrès en France sont estimées à 1,6 milliards d’euros 56% des dépenses congressistes sont générées par les étrangers (soit 920 millions d’euros = 22% des congressistes).

Dépense moyenne du congressiste : -étranger : 400 euros/jour (incluant le transport) et durée moyenne de séjour :4 jours. –Français : 200/jour avec une durée moyenne de 2,5 jours. 3 /4 des retombées économiques sont issues des dépenses de séjour des congressistes et ¼ provenant de l’organisation des manifestations.

Le tourisme d’affaires à Angers : quelques chiffres

5000 emplois, 55 millions d’euros de retombées, +7% d’événements accueillis entre 2010 et 2011, 356661 journées congressistes, durée moyenne de séjour des congressistes : 2,3 jours. Répartition des dépenses : 35% hébergement, 24%  shopping, 20% restauration, 13% transport sur place, 8% dépenses professionnelles.

1.2 Missions et enjeux d’un centre de congrès

Véritable vitrine de la destination en charge du développement des foires- salons et congrès au service du territoire. A Angers parc des expo organisateur des salons Enjeux sociaux (potentiel considérable d’emplois), Enjeux économiques (retombées économiques)( emplois induits ) toute une économie basée sur le tourisme d’affaires

1.3 Les métiers

3 fonctions :

* RELATIONS COMMERCIALES : activité commerciale à part entière, centre de congrès accueille 2 types d’évènements : type grand public (1/4)et activité commerciale accueil de manifestations professionnelles (3/4). Fonction de prospection, de développement de portefeuille, partie réceptive.
* ACCUEIL DU CLIENT : rôle primordial
* TECHNIQUE

Parc des expos congrès Angers 200 évènements.

1.4 glossaire des évènements accueillis

- **Tourisme d’affaires ou MICE** (meeting incentives conventions/events)

- Rencontre d’affaires/ journées d’études

- BUT PROFESSIONNEL

- (incluant 1 nuit sur place

- **Colloque** : Echange de données entre spécialistes d’une même discipline (généralement scientifique)

- **congrès** : Evènement propre à une fédération professionnelle ou à un syndicat pro qui réunit l’ensemble de ses adhérents. Objectif : diffusion et échange de connaissances + partage d’expérience. Durée : plusieurs jours (1 nuit mini sur place).

**- Evènement** (ou convention) : Evènement propre à une entreprise qui réunit ses collaborateurs à l’occasion d’un anniversaire, lancement de produit… Objectif : motivation/récompense.

-**Séminaire** : Réunion organisée par l’entreprise qui réunit ses collaborateurs afin de travailler en petits groupes sur des questions précises (organisation, ventes…)

-**Salon pro** : tous les acteurs d’un secteur d’activité réunis.

2.1 Les tendances du tourisme d’affaires :

Les entreprises continuent de se réunir (+7% d’évènements en 2011), concentration extrême de la demande les mardis et jeudis (hausse des tarifs, saturation, évènements plus ciblés, baisse de l’effectif moyen). Arrivée de nouveaux opérateurs : Bellambra pour diversifier son activité. 30% de l’activité tourisme d’affaires se tient dans des lieux insolites (musées, châteaux…). La fidélisation s’est inversée (80% des organisateurs recherchent de nouveaux lieux). L’accessibilité devient primordiale (unité des lieux grands espaces, ateliers, congrès avec exposition).  Internet s’impose comme principal moyen de recherche. Réduction des délais de réservation. Préoccupation environnementales et la RSE (Responsabilité sociétales des entreprises).

Etude des tendances d’activité des centres de congrès début 2012.

Audience européenne en hausse mais baisse de l’audience nationale.

Principal indicateur de choix : le prix, réactivité 2ème

Marché des agences évènementielles plutôt en hausse.

En conclusion : incidence du calendrier beaucoup de ponts et période électorale ce qui justifie la baisse), le motif économique reste l’élément décisionnaire er induit baisse ou hausse : augmentation des négociations sur les prestations, des demandes de conseils et de personnalisation des prestations et réduction des évènements en interne, des délais de réservation et des budgets (réductions des séjours, des pauses..). Tendances sur fin 2012 : fin d’année : encore peu de lisibilité, 2013-14 : reprise de l’activité certaine les carnets de commandes se remplissent (cas d’Angers)

Les entreprises continuent de se réunir, on observe une baisse de délais de réservation, internet est venu bouleverser les modes de fonctionnement, la fidélisation s’est inversée multiplicité de l’offre qui fait que la clientèle n’est plus vraiment fidèle.

Tourisme d’affaires : Rencontre d’affaires à but professionnel. Regroupe les voyages incentives, de promotion, de stimulation, de récompense, les séminaires, conventions, les congrès, les meetings, les voyages événementiels… C’est la meilleure terminologie pour qualifier cette industrie très particulière du voyage… le plus souvent touristique, réalisée pour encadrer/stimuler/développer/créer des affaires… COMMUNIQUER ! Le tourisme d’affaires est un bien de consommation. C’est un produit crée sur mesure, adapté au besoin d’un client. Les prestations spécifiques sont les mêmes mais le produit est différent chaque fois. Le tourisme d’affaires permet des contacts humains riches et épanouissants qui nourrissent l’imagination. Le tourisme d’affaires est un outil marketing à part entière.

Tourisme d’affaires : Un outil marketing ne se confie pas à des amateurs… Exemple : Objectifs d’une entreprise

* Conception de produit
* Production
* Prospection de marché
* Promotion du produit et pub
* Distribution
* Evaluation de budget
* Définition précise des objectifs à atteindre = réussite de l’opération

Congrès : Il s’agit d’un événement à l’initiative d’un ou plusieurs organismes, dans lequel une participation financière est demandée aux congressistes, et au cours duquel des participants de différents horizons se réunissent à un moment donné et sur un lieu déterminé. L’objectif est la diffusion, l’échange des connaissances et la confrontation des expériences sur un thème donné, entre spécialistes d’une discipline.

Séminaire : Réunion de cadres et responsables d’une entreprise, sur une courte période de temps, et de préférence dans un endroit offrant toutes les prestations complémentaires (sportives, culturelles…).

Convention : Type de séminaire se rapportant à une catégorie professionnelle.

Evènement corporate : Séminaire + convention.

Incentive / team building : Type de tourisme d’affaire destiné à renforcer l’esprit d’équipe d’une force de vente ou cadres de société. Par exemple … organiser un jeu de piste en anglais dans Paris ou organiser une murder party…

MICE : Acronyme des mots anglais : Meeting, incentive, conférences, exhibitions, mots qui regroupent principalement les séminaires, l’incentive, les congrès ainsi que les foires et salons. Bb : certains l’utilisent pour désigner l’ensemble du tourisme d’affaires.

LES CRITERES DE CHOIS D’UNE DESTINATION

-l’accès

- l’attractivité de la destination

-Le cout

-L’équipement

Démonstration d’une initiative originale : présentation de l’outil d’aide à la décision Ouest congrès… <http://www.ouest-congres.fr/> idée essentielle : connaitre sa concurrence.\*

LES DIFFERENTES ETAPES D’ORGANISATION D’UN EVENEMENT :

1. La préparation : Détermination des besoins : hébergements (chambres participants, conférenciers, exposants, organisateurs, journalistes, interprètes), programme social (excursion, soirée, soirée de gala, cocktail..) transports (accueil gare, aéroport, navettes hotels, gare… autocars soirées, excursions). Salles (séance inaugurale, séance de clôture, séances plénières ou commissions) Bureaux (secrétariat, administratif, scientifique, comité directeur, presse, gestion hébergement) Locaux annexes (personnel accueil / vestiaire ; stockage, traiteur, preview , reprographie) Surfaces (exposition stands, posters, accueil, coin repos , cybercafés, pause-café, déjeuner, cocktail, soirées…)

2. Elaboration du planning

planning (A faire -En cours- fait)

programme scientifique

edition

promotion

exposotion

programme social

secrétariat administratif

suivi budgétaire

1. Visite de repérage

temps d'accès dun palais à

la gare, l'aéroport, le centre ville, fléchage depuis la gare, autocars soirées, cocktail , excursions, salles capacité equipement prix, surface restauration capacité equipement prix, déjeuner, pauses-café, cocktail,soirée ,surfaces communes, vestiaires, coin repos, accueil, toilettes/téléphones, services proposés : gestion de l'hébergement, organisation des excursions, gestion des inscriptions, gestion de l'exposition, contact presse, recrutement, interprètes, repas (cout), cocktail, pauses-cafe, soirée (cout), ouverture du bar, hotesses, techniciens, gerdiennage

1. Budget

dépenses : palais, editions, promotion, exposition, programme social, hébergement, transferts, animation, secrétariat. Recettes : droits d'inscriptions, sposors/pub, exposants, prestations , annexes(hotels), subventions, décoration florale

1. Elaboration du programme

Programme : thèmes, sessions, séance plénière, ateliers/commissions, séance inaugurale,séance cloture, déjeuner. Conférenciers : lettre d'invitation, relance/confirmation, président de séance, demande textes des intervenants, beosin en matériel (vidéo), transport /hébergement. Abstracts (résumé) : appel d'abstracts, envoi, réception , tri/mots clés, comité de sélection, répartition par séance, confirmation aux auteurs.

1. Promotion

**Fichier** : constitution, requalification, achat. **Envoi** : sélection d'un routeur, programme préliminaire, bulletin d'inscription, relances fax/email. **Presse** : fichier, communiques de presse, achat d'espace/pub, argus de la presse, attaché de presse, conférence de presse. **Internet** : constitution d'un fichier mail, création d'un site. **Invitations** personnalite.

1. Editions

logo/ papier à lettre, première annonce, pré-programme, bulletin d'inscription, formulaire d'abstracts, relance, programme définitif, livre des abstracts, actes du congrès papier/cd rom, dossier de presse, invitation séance inaugurale/soirée, cocktail, badges, cavaliers orateurs, contremarque repas/excursions, dossier exposant.

1. Expositions

Envoi du dossier commercial, réunion d'information exposants, dossier technique, gestion administrative, plan , attribution des stands, edition du guide de l'exposition, assurances de l'exposition, gardiennage, nettoyage des stands, signalisation, envoi du dossier commercial, réunion d'information exposants, dossier technique.

1. Hebergement

gestion en sous traitance, sélection des hotels, négociation tarifaire, réservation d'allotements, signature d'un contrat, signature d'un contrat détaillé, suivi des réservations, navettes mise en place entre hotels et palais.

1. Programme social

**soirées :** location d'une salle, plan de masse, traiteur, animation, décoration, sonorisation, inscription et règlement des participants, personnel d'encadrement et d'accueil. **Excursion** choix des circuits, gestion directe ou sous-traitance, autocariste, révservation des lieux, guides interprètes, getsion des inscriptions. **Receptions officielles** : contact avec la Mairie, cartons d'invitation, préparation des discours.

1. Transports/ transferts

gestion directe : négociation avec transporteur officiel, envoi des fichets de réduction, affrètements spéciaux, mise en place des navettes, service de location de voitures, carte libre accès transports en commun, voitures avec chauffeurs, accueil VIP, accueil spécifique, station de taxi mobile

1. Recrutement du personnel

Hotesses : salles, accueil, inscriptions sur place, conférenciers, eprsonnes accompagnantes, excursions soirées, hebergement, accueil des exposants, secrétariat, presse, accueil gare / aeroport, vestiaire, reprographie, divers interpretes, techniciens, stéreotypistes, gardiens, guides

1. Prestations diverses

**Banque**: pré financement, change sur place. **DMC** hotels, excursions, billeterie. **Organisation professionnel** : hebergement, organisateur/conseil en organisation. Assureur : assurance responsabilité, civile, assurance annulation, multirisque exposition, assistance des partipants, reprographie. Divers : interpretes -techniciens-stereotypistes-gardiens-manutentionnaires, guides (excursion), demenagment, coursier, photographe, location d'ordinateurs, infirmerie (SAMU). **Fabricants** : badges, sacoches congressistes, de cadeaux pour congressites

1. Gestion administrative

gestion des inscriptions, suivi des contacts conférenciers, congressistes, personnes accompagnantes, invités, exposants, comité d'organisation, prestataires, responsables du palais, gestion comptable, gestion des hebergement