

Publié le 14 mars 2019

## Le tourisme d'affaires, une industrie où les Epl ont tant à faire

Porteur du quart des activités touristiques en France, le tourisme d'affaires constitue un véritable enjeu économique pour les territoires qu'il irrigue et valorise. Une industrie à portée de tous, à condition de savoir jouer des complémentarités. Et d'avoir des Epl pour capitaines !



Hébergement, restauration, transports, commerces... Estimées à 8,2 milliards d'euros, les retombées du tourisme d'affaires expliquent à elles seules pourquoi les « rencontres professionnelles » constituent une industrie à part entière ! D'ailleurs, « *si, depuis 1992, le département tourisme de la Fédération s'est développé jusqu'à devenir leader en nombre de structures, c'est, pour une bonne part, stimulé par cette activité* », affirme **Béatrice Cuif-Mathieu** qui dirige la Spl [Destination Nancy](#).

## Du lieu à la destination

Le lieu a évidemment toute son importance. Moderne et fonctionnel, le palais des congrès est de plus en plus souvent implanté en centre-ville, en témoignent Rennes ou Nancy. [Lille Grand Palais](#) réunit même sur un seul site un palais des congrès, des halls d'exposition et un Zénith Arena, 3 espaces tous « cloisonnables et décroisonnables à souhait », souligne le directeur de la Sem, **Stéphane Kintzig**, dont le travail mené avec les transporteurs et restaurateurs garantit de surcroît un séjour des plus fluides.

Mais commercialiser un espace ne suffit plus « *Aujourd'hui, il faut vendre une destination, donner du sens local aux événements* », explique le directeur général de la Sem [Tours Événements](#) **Christophe Caillaud-Joos**, lequel s'appuie sur les spécificités régionales pour « bonifier » ses offres. « *Dans l'univers concurrentiel devenu celui des territoires, il faut s'attacher à faire la différence à chaque étape du parcours client* », appuie Béatrice Cuif-Mathieu. Initialement centrée sur la gestion du palais des congrès Prouvé, Destination nancy a ainsi progressivement absorbé de l'organisation d'événements jusqu'à l'office de tourisme pour pouvoir pianoter en toute créativité sur la gamme des complémentarités et « *donner à vivre une expérience différente que celle qui pourrait être vécue à côté.* »

## Une marque pour marquer !

L'enjeu est d'autant plus grand que, tout comme l'œuf fait la poule et la poule les œufs d'or, l'attractivité crée le tourisme d'affaires et réciproquement ! Du professionnel au vacancier, voire au résident, il n'y a qu'un pas que les rencontres d'affaires, puissant levier de valorisation locale, peuvent inciter à franchir. À la présidence du tout nouveau [Club Attractivité et promotion territoriale](#) de la Fédération des Entreprises publiques locales, **Sylvie Robert** en est d'ailleurs convaincue : « *Le tourisme d'affaires constitue une formidable porte d'entrée pour un territoire, quelle que soit sa dimension.* » Et sénatrice d'Ille-et-Vilaine, également conseillère municipale de Rennes, la conseillère municipale de Rennes d'encourager énergiquement à « *la transversalité des enjeux, des thématiques et des territoires* » afin de façonner ensemble une marque territoriale parlante. Non sans rappeler combien les Epl qui « *jouent dans la même équipe et doivent se renvoyer la balle* » font pour cela sacrément... l'affaire ! (lire [l'interview de Sylvie Robert](#))

Par Hervé LE DAIN