Publié le 16 février 2010

Toulouse : Une Sem pour développer le tourisme d’affaires

La Ville et la Communauté urbaine du Grand Toulouse ont rassemblé plus de cent acteurs touristiques au sein de la Sem Tourisme Toulouse pour positionner la destination au plan national et anticiper l’ouverture d’ici quatre ans du nouveau parc des expositions. Des ambassadeurs seront désormais présents sur l’ensemble des salons internationaux consacrés au tourisme d’affaires pour vendre la destination.

Créée en juillet dernier à l'initiative du député-maire de Toulouse Pierre Cohen, la société d'économie mixte Tourisme Toulouse entend repositionner la 4e ville de France dans les dix premières destinations de congrès au niveau national. L'entreprise rassemble autour de ce défi l'ensemble des forces vives de la destination sous la coupe de la ville et de la communauté urbaine. Professionnels du tourisme d'affaires, grands opérateurs comme l'aéroport de Toulouse Blagnac, Afat Voyages, Fram Voyages ou encore la Dépêche du Midi, c'est pas moins d'une centaine d'acteurs, qui ont décidé d'unir leurs compétences pour anticiper l'ouverture en 2014 du nouveau parc des expositions. « L'objectif, c'est de vendre la destination aujourd'hui pour préparer l'arrivée de grands congrès à Toulouse » affirme Jean-François Renac, directeur général de la nouvelle société, qui voit dans le format Sem « un moyen de mettre en rapport public et privé dans une dynamique de développement partagée ».

Dans cette optique, Tourisme Toulouse a décidé d'être présente sur l'ensemble des grands salons internationaux spécialisés. La société a démarré très fort en décembre en participant à l'EIBTM de Barcelone,

considéré comme le plus important salon mondial du tourisme d'affaires. Début février, les ambassadeurs toulousains étaient sur le Salon parisien Bédouk, porte de Versailles, et ils seront également au Salon IMEX de Francfort en mai prochain. Sans compter les nombreux autres salons et colloques locaux, où la Sem sera naturellement présente.

Tourisme Toulouse opère parallèlement un rapprochement avec les acteurs nationaux de la recherche, qui s'est récemment concrétisé par la conclusion d'un partenariat avec les pôles de compétitivité. « Nous voulons nous appuyer sur le dynamisme de l'agglomération toulousaine pour nous positionner sur 10 à 15 congrès supplémentaires par an, dans des spécialités comme l'aéronautique, l'espace et le médical » explique Jean-François Renac. À terme, ce dernier espère atteindre annuellement une quarantaine de congrès sur les équipements existants, contre une trentaine actuellement.

Après l'intégration réussie des acteurs du tourisme toulousain, la Sem souhaite par ailleurs donner une nouvelle dimension à ses efforts de communication en travaillant sur une vraie marque, avec un nom plus accrocheur et une identité visuelle forte.