Publié le 5 octobre 2012

Tourisme : Sud de France monte au créneau

Devenue Sud de France Développement depuis octobre 2011, la Sem, qui accompagne les entreprises du Languedoc- Roussillon dans leur développement dans l'hexagone et à l'international, a intégré une nouvelle compétence en fusionnant avec les services promotion et communication du Comité régional du tourisme (CRT).

Après avoir fait ses preuves depuis cinq ans dans la promotion du vin, de l'agroalimentaire et autres produits du Languedoc-Roussillon aux quatre coins du monde, Sud de France Développement monte encore en puissance. La Sem régionale, qui gère également quatre Maisons régionales, à Londres, Shanghaï, New-York et Casablanca, a intégré à Montpellier la vingtaine de spécialistes du CRT chargée de la promotion et de la communication du tourisme régional. Un renfort qui lui permet de proposer désormais une valorisation globale des atouts du Languedoc-Roussillon, mettant en synergie le tourisme avec des productions locales, dont des AOC aujourd'hui réputées, sous la marque Sud de France.

« Cette fusion optimise le travail que nous réalisons quotidiennement à travers l'édition, les réseaux sociaux, internet, ou encore les 500 opérations que nous organisons chaque année dans 25 pays », commente François Fourier, directeur général de Sud de France Développement. En Chine, par exemple, où les exportations des vins Sud de France ont été multipliées par 7 en volume de 2006 à 2010 (et par 8 en termes de valeur), la Sem joue un rôle actif avec sa Maison du Languedoc-Roussillon, les salons et festivals qu'elle organise à travers tout le pays, et les 10 000 contacts qu'elle a initiés au cours des cinq dernières années. Les atouts touristiques locaux, dont six sites inscrits au Patrimoine mondial, y sont dorénavant également mis en avant.

Synergie et économies d'échelle
« Nous accompagnons les entreprises régionales sur les marchés nationaux et internationaux, mais nous jouons aussi un rôle d'interface avec les acheteurs pour promouvoir les savoir-faire régionaux et mieux conseiller les entrepreneurs dans une démarche de compétitivité », poursuit François Fourier. « L'objectif est de renforcer leur démarche commerciale et promotionnelle afin qu'ils puissent développer leurs activités à la fois sur le marché national mais aussi et surtout à l'international. »

Le tourisme, secteur de poids qui place le Languedoc-Roussillon dans le Top 4 des destinations touristiques de l'hexagone, s'ajoute désormais aux trois autres filières traditionnelles de la Sem, dans une logique de synergie, d'optimisation des coûts opérationnels et d'économies d'échelle : le vin, l'agroalimentaire (industrie agro-alimentaire, fruits et légumes, produits de la mer, céréales), et département multisectoriel (environnement, bien-être, santé, habitat et bâtiment, high-tech, agro-industrie, et logistique). L'équipe du CRT vient ajouter ses compétences, son expérience, ses contacts et données informatiques, à la quarantaine d'employés de Sud de France Développement (dont 22 à l'étranger). Une nouvelle dynamique s'est mise en place pour mieux promouvoir la Région.