

Constat et positionnement

Malgré des atouts et des forces indéniables, l'image de la Côte d'Azur s'essouffle, il faut relancer le "produit" par une politique de marque basée sur la qualité. Cette démarche requiert une implication totale des acteurs économiques et professionnels, publics et privés de la Côte d'Azur sur la base d'un positionnement nouveau.

Si la Côte d'Azur reste cette destination business surdouée où tout est possible, notre région n'en est pas moins délaissée par une clientèle qui la juge "vieillissante et trop luxueuse". Celle-ci perçoit une perte de qualité non seulement du service mais également de l'offre et donc du rapport qualité-prix. Résultat, l'attractivité de la Côte d'Azur chute de jour en jour autant sur le marché national qu'international. Or, les professionnels ont le pouvoir de proposer un service de qualité, dont le prix serait automatiquement justifié.

Une concurrence structurée

Elle nous vient de villes françaises comme Lyon, Strasbourg, Paris et demain Marseille. Elle s'impose depuis l'arc méditerranéen via Barcelone, Valence, jusqu'à Lisbonne, elle émerge des pays de l'Est, s'installe même à Dubaï. Notre région était-elle préparée à subir un tel assaut ? Comment éviter à l'avenir le départ de grandes manifestations ?

Pour leur part, les clients dénoncent le manque de créativité de l'offre, l'absence d'agressivité commerciale et d'actions concertées à leur égard. Face à ce constat, les professionnels de la région demandent l'établissement d'une nouvelle communication interne destinée à combler une trop faible coordination entre acteurs institutionnels et professionnels, ainsi que l'absence d'outils et d'actions mutualisés.

Le tourisme d'affaires, un levier prioritaire

Le marché européen du tourisme d'affaires continue de percevoir un fort potentiel pour la Côte d'Azur, si celle-ci adopte toutefois la démarche nécessaire pour acquérir une nouvelle image. Or, le tourisme d'affaires présente des atouts considérables. Premièrement, il permet de lisser la fréquentation touristique d'octobre à mars. Ensuite, la dépense d'un touriste d'affaires étant 4 fois supérieure à celle du touriste de loisirs, le rapport fréquentation/retombées économiques devient avantageux pour une empreinte écologique moindre. Enfin, la Côte d'Azur offre un terrain économique, technologique, innovant, propice à l'organisation de manifestations "affinitaires" avec nos pôles d'excellence et de compétitivité, mais également à l'implantation d'entreprises. Enfin, le tourisme d'affaires suscite l'attrait indéniable de nouvelles clientèles.

Vers une nouvelle communication

Fort de ce constat et des études* réalisées, le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur est le maître d'œuvre d'une stratégie marketing globale de la destination, couplée à une démarche qualitative et environnementale.

* étude KPMG, Co-managing

Afin de valoriser l'offre, le tourisme d'affaires s'apprête à prendre une place de première importance dans une approche marketing et communication segmentée. Dans cet esprit, naîtront alors des clubs produits, dédiés à des thématiques qui servent nos objectifs d'image et de conquête de clientèle. Chacun de ces clubs sera porté par une réflexion marketing et des outils spécifiques.

Selon cette appréciation plus efficace de la demande, le Club du tourisme d'affaires est amené à jouer un rôle **pilote** en devenant le premier outil opérationnel de cette nouvelle stratégie Côte d'Azur.

A terme, l'objectif du Club sera d'atteindre la taille critique capable d'offrir à la destination, l'étoffe dont elle a besoin pour lutter toujours plus contre la concurrence.

Ce qu'est le Club pour le client

- Une promesse de professionnalisme
- Un engagement sur des critères de qualité
- Une attitude tournée vers l'éthique
- Une garantie de réussite

Concept-organisation

Outil totalement dédié, le Club du tourisme d'affaires sert les objectifs d'une nouvelle stratégie marketing forte et interactive :

- Il rassemble exclusivement les professionnels et institutionnels du département qui répondent à des standards élevés de qualité et de développement durable. Via une démarche de certification, il peut s'ouvrir à tous ceux qui désirent y accéder.
- Il crée une synergie de "communauté tourisme d'affaires" autour d'une stratégie marketing et commerciale au service de la "Métropole" Côte d'Azur.
- Il opère sur les quatre segments du tourisme d'affaires : événements d'entreprise, salons professionnels, congrès associatifs, incentive.
- Il définit un plan d'action annuel, opérationnel, dynamique, cohérent et complémentaire de celui des villes, démultipliant ainsi leur démarche de promotion commerciale.
- Il contribue à valoriser l'offre des professionnels en mettant en avant leurs avantages concurrentiels. Il valorise l'expérience et le savoir-faire de ses membres en s'appuyant sur leurs multiples références en terme de réalisation d'événements et de services.

Fonctionnement et démarche d'adhésion

Le Club du tourisme d'affaires est une branche opérationnelle du Convention Bureau.

Il est composé de membres professionnels et d'acteurs institutionnels. (Palais des congrès, offices de tourisme, hôtels, agences réceptives, agences d'événements, traiteurs, autocaristes, lieux événementiels ...).

L'accès au Club se fait sur la base d'une adhésion volontaire.

A cette fin, un dossier complet sera envoyé sur simple demande au Côte d'Azur Convention Bureau. Il comprend :

- un questionnaire d'informations générales et légales
- le détail des critères d'adhésion
- le règlement intérieur

La certification des nouveaux membres est soumise à la décision du Comité Marketing et du Directeur du Convention Bureau.

Le Comité Marketing du Côte d'Azur Convention Bureau est composé de dirigeants de sociétés représentatives des différents métiers du tourisme d'affaires (deux représentants par métier), de représentants des principales institutions, de villes, ainsi que de personnalités externes.

Le Comité Marketing intervient dans l'élaboration de la stratégie marketing du Club et l'établissement du plan d'action annuel, en collaboration avec le Directeur du Côte d'Azur Convention Bureau.

Son organisation par collèges de métiers, lui permet d'exprimer au mieux les souhaits et attentes des professionnels.

La participation à ce groupe de travail et de réflexion est basée sur le volontariat et sous-entend une présence assidue aux réunions de travail (bimensuelles).

QUELS CRITÈRES D'ADHÉSION ?

Créer une véritable alliance professionnelle

L'adhésion au Club du tourisme d'affaires est conditionnée par des normes exigeantes visant une qualité optimale et une garantie d'excellence pour le client.

Intégrer le Club du tourisme d'affaires signifie adhérer à une démarche professionnelle de qualité ou s'en donner les moyens par le perfectionnement des services offerts. Une telle démarche d'excellence constitue, pour chaque membre, l'opportunité d'adhérer à terme à un processus de "**certification**" et de se fixer ses propres normes de progression.

Le niveau particulièrement élevé de ces critères constitue la garantie d'offrir, via le Club, un véritable label de qualité.

L'admission au sein du Club se fait donc au moyen de critères administratifs, commerciaux, éthiques. Ils concernent l'offre de service, la formation, la responsabilité sociale et environnementale, la sécurité des biens et des personnes.

Sans oublier ceux concernant les normes et réglementations des établissements recevant du public (normes ERP, HACCP, HQE ...) qui représentent une réelle opportunité de démarquage de l'offre azurienne, par rapport à celle des nouvelles destinations émergentes.

C'est en cela, et à terme, que cette stratégie collective permettra de consolider et d'élever globalement l'offre "meeting" de la destination Côte d'Azur.

Le détail de ces critères figure dans un document joint au dossier de candidature. Il est formulé par catégorie de métiers :

Hôtels (salles et équipements, réception 24/24 h en anglais, réactivité commerciale, respect des normes...)

DMC (garanties diverses, réactivité, références ...)

Agences événements sportifs (encadrement, logistique, diplômes et compétences...)

Autocaristes (équipements, accueil, respect de la réglementation...)

Traiteurs (règles sanitaires et agréments, qualité, conservation, service...)

Lieux événementiels (activités proposées, accueil, prestations, réactivité...)

Contribution financière

Le montant de chaque cotisation est calculé par branche de métier, au prorata du volume de chiffres d'affaires de chacun et pour les palais des congrès, sur la base des surfaces d'équipement.

CONTRIBUTION CLUB TOURISME D'AFFAIRES

HÔTEL	<input type="checkbox"/> Moins de € 10 millions	€ 2 100	<input type="checkbox"/> Entre € 10 et € 20 millions	€ 2 200
	<input type="checkbox"/> Entre € 20 et € 30 millions	€ 2 600	<input type="checkbox"/> Plus de € 30 millions	€ 3 200

AGENCES RÉCEPTIVES	<input type="checkbox"/> Plus de € 750 000	€ 1 400
	<input type="checkbox"/> Plus de € 2 millions	€ 2 000

TRAITEUR, LIEU ÉVÉNEMENTIEL, TRANSPORTEUR, AGENCE ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

<input type="checkbox"/> Plus de € 500 000	€ 1 100
<input type="checkbox"/> Plus de € 1,5 millions	€ 1 600

DIVERS	Restaurants, plages etc...	€ 800
---------------	----------------------------	-------

PALAIS DES CONGRÈS

<input type="checkbox"/> Plus de 25 000 m ²	€ 50 000
<input type="checkbox"/> 10 001 à 25 000 m ²	€ 20 000
<input type="checkbox"/> 5001 à 10 000 m ²	€ 10 000
<input type="checkbox"/> 2501 à 5000 m ²	€ 5000
<input type="checkbox"/> Moins de 2500 m ²	€ 1500

QUI ANIME LE CLUB ?

Rôles et missions

Le Convention Bureau est le coordinateur et l'animateur naturel du Club.

Il est une entité représentante de l'ensemble de la destination, en matière de tourisme d'affaires. Il en est l'agence de marketing et de communication.

Il est chargé de donner une visibilité internationale à la destination et d'assurer aux clients une lecture facile de la French Riviera.

Sa parfaite connaissance des équipements de la Côte d'Azur lui permet de répondre au mieux aux demandes de clients auprès desquels il joue un rôle de conseil et de "facilitateur" dans l'organisation de manifestations sur l'ensemble du territoire. En cela, il est chargé de promouvoir la diversité de l'offre et la multiplicité des professionnels de la région pour lesquels il devient apporteur d'affaires.

Le Convention Bureau est donc l'interlocuteur unique entre le client et l'ensemble des acteurs de la région, le représentant d'un label de marque pour la destination

Enfin, le Convention Bureau soutient la candidature de la Côte d'Azur pour l'accueil de congrès.

Tout comme le Convention Bureau, le **Club du tourisme d'affaires** dépend juridiquement du CRT Riviera Côte d'Azur, il représente une alliance opérationnelle des professionnels et institutionnels autour d'une stratégie commune de marketing et de communication.

Il est un outil destiné à valoriser l'offre globale des professionnels de l'ensemble de la région :

Il a pour objectif de redynamiser les résultats du tourisme d'affaires et d'acquérir de nouveaux clients, issus :

- les événements d'entreprise
- les salons professionnels
- les congrès associatifs
- l'incentive

Le Club du tourisme d'affaires est le support d'un nouveau message de communication. Il constitue un **levier** pour faire évoluer l'image et communiquer sur la destination, en être la vitrine et le fer de lance.

Il a donc pour objectif de mettre en avant de manière objective, les avantages concurrentiels des professionnels.

Cellule pilote, il est constitué et encadré par le Côte d'Azur Convention Bureau avec le soutien intellectuel et logistique de son Comité Marketing.

Son budget est essentiellement constitué par les contributions de ses membres et abondé du même montant par le Conseil Général (Côte d'Azur Convention Bureau).

Ce budget opérationnel est destiné à financer en exclusivité, et sans autre affectation, la mise en place du plan d'action annuel établi par le Côte d'Azur Convention Bureau et le Comité Marketing.

Convention Bureau

Budget de fonctionnement

Site Internet

Communication/ promotion

Gestion de l'image

Accueil

Club du Tourisme d'affaires

**Budget opérationnel (contribution +
Abondement Conseil Général)**

Plan d'actions annuel

QUELS AVANTAGES ?

Pourquoi s'engager ?

S'engager au sein du Club du tourisme d'affaires, c'est contribuer de manière opérationnelle à la nouvelle stratégie de marketing et de communication de la Côte d'Azur. C'est aussi s'engager dans une démarche qualité de certification.

Le Club du tourisme d'affaires offre des opportunités et des bénéfices nouveaux :

- Prendre part aux décisions sur les orientations et la stratégie de la destination via le Comité Marketing composé de tous les métiers.
- Profiter d'une **participation financière** supplémentaire non négligeable du Conseil Général. Chaque euro investi par les membres étant doublé, le budget de fonctionnement du Club permet de mener des **actions plus conséquentes et efficaces.**
- Réaliser, par la **mutualisation des moyens** de promotion et de communication, une réelle économie d'échelle et donc s'assurer, là encore, l'opportunité d'actions d'autant plus performantes.
- Bénéficier de retombées plus directes, plus concrètes par rapport à l'investissement financier et donc plus facilement identifiables.
- **Démultiplier la commercialisation** de l'ensemble des actions déjà entamées et accélérer ainsi la reprise des parts de marché.
- Se faire référencer, s'engager, comme un "acteur de l'excellence" en terme de tourisme d'affaires et être identifié comme tel.
- Prendre un **engagement exemplaire** devenant un vecteur de communication à forte valeur ajoutée.
- Offrir une garantie de qualité supérieure et la validité d'un label
- Gagner une **visibilité commerciale** accrue, par des actions de communication pertinentes.
- Favoriser la mise en marché des produits et services des membres.
- S'inscrire dans une synergie commune par la puissance du réseau.

Vos avantages de membres :

- Vous recevez en priorité les **demandes commerciales** qui transitent par le Convention Bureau (salons, workshops, emails, tél).
- Vous recevez en priorité les demandes et **les visites des journalistes** ainsi que les voyages de familiarisation clients.
- Vous êtes identifiés par le logo du Club sur le site et dans le magazine Events & Conventions.
- Vous bénéficiez d'une visibilité accrue sur le site web du Convention Bureau.
- Vous figurez dans la **brochure de promotion** on line et bénéficiez d'une page descriptive et d'un lien direct avec votre site.
- Vous avez la possibilité de mettre en ligne, offres spéciales et communiqués de presse spécifiques.
- Vous êtes impliqués dans les **actions de communication presse et on line** du Convention Bureau.
- Vous êtes présents dans un nouveau magazine Club à paraître au printemps 2008.
- Vous figurez dans le magazine Events & Conventions sous la forme d'un guide, tiré à part, consacré au Club, et distribué sur les salons, De plus, vous bénéficiez d'avantages tarifaires sur l'achat d'espace.
- Vous avez la priorité sur le stand Riviera avec des conditions tarifaires privilégiées dans les grands salons internationaux.