

Développement Economique - Tourisme d'affaires et de congrès - Etat du marché des congrès à Besançon

M. l'Adjoint JEANNEROT, Rapporteur :

Introduction

Dans sa séance du 20 mai 1996, le Conseil Municipal votait à l'unanimité le projet «L'Emploi au Coeur», sur sept axes de déploiement. Pour l'axe 4, la Ville se donnait comme objectif de «mettre en oeuvre une politique du tourisme et le développement du Tourisme d'Affaires, considéré comme une nécessité économique».

Dans cette optique de redéfinition d'une politique de tourisme de la Ville, figure un plan de développement de l'image et de l'action de Besançon comme «**Ville de Tourisme d'Affaires et de Congrès**».

Autour de cet objectif, la Ville s'est donnée pour mission d'approcher un projet de concept «Besançon-Congrès» sur la base d'un schéma d'investigation ordonnant : une analyse de la situation actuelle, l'organisation d'une structure, ses missions, son financement, et sa mise en oeuvre.

Il vous sera présenté dans un premier temps le résultat de l'étude menée récemment afin de dresser l'état des lieux des congrès à Besançon.

Puis au point suivant de l'ordre du jour, il vous sera proposé d'instituer la taxe de séjour, dont les 2/3 du produit devront permettre à la Ville de développer le Tourisme d'Affaires en apportant sa contribution au projet «Besançon-Congrès».

1) La méthode et l'organisation de l'investigation

Une démarche qualité a été entreprise pour l'analyse du phénomène.

Dans une recherche de professionnalisme et de neutralité d'écoute indispensable à toute investigation de ce type, le Service Economie-Emploi-Tourisme a conduit cet état des lieux :

- en concertation avec l'Office de Tourisme de Besançon,
- en s'appuyant sur une large documentation issue de l'expérience de plusieurs villes de France,
- en consultation avec divers acteurs clés de cette activité économique,
- avec la contribution méthodologique de l'Institut de Recherche et de Développement de la Qualité (IRDQ), spécialisé dans l'approche qualité des services et reconnu pour ses interventions dans le Tourisme (ex. accueil Jeux Olympiques 1992).

C'est dans ce contexte méthodologique que s'est organisé l'état des lieux, articulé au départ sur une description du processus Congrès distinguant les trois partenaires - acteurs de cette relation economico-touristique :

- Les congressistes «utilisateurs-participants» (5 typologies recensées),

- Les organisateurs «clients-contractants» (7 familles identifiées),
- Les prestataires «fournisseurs-accueillants» (7 métiers inventoriés).

L'établissement du bilan présenté résulte d'une démarche d'enquête focalisée sur l'état des attentes et réponses réciproques des différents protagonistes cités ci-dessus et des niveaux d'échanges et de satisfactions enregistrés et souhaités.

Cet état des lieux, prioritairement qualitatif, s'est appuyé sur plusieurs techniques croisées : monographies, statistiques, entretiens, questionnaires, réunions etc.

2) Les résultats obtenus

Un marché critique pour l'offre et la demande.

** Le marché des Congrès en France*

D'emblée, il convient de définir le mot congrès. En conformité avec les recommandations de la commission Observatoire Economique du Tourisme Urbain, en application de la directive 95/57/C.E. du Conseil Européen du 23 novembre 1995, et en cohérence avec les études réalisées par la Commission Européenne (DG XXIII, Unité tourisme) on peut définir le congrès comme «une assemblée d'une cinquantaine à plus de 2 000 personnes réunies de 1 à 4 jours, autour d'un thème d'échange et d'étude, en un lieu le plus souvent unique, avec hébergement d'une nuit (au minimum) le plus souvent pour les participants éloignés».

Statistiquement, la majorité des congrès en France :

- réunit entre 200 et 700 personnes
- dure deux à trois jours
- se tient au printemps et à l'automne
- représente une moyenne de dépenses de 1 400 F par jour et par personne (sources Commission France Congrès 1994).

Les congrès internationaux ou à forte participation internationale rassembleraient une moyenne de 500 participants, tandis que la majorité des congrès nationaux se situe sous la barre des 250 personnes :

- moins de 250 personnes	43 %
- de 250 personnes à 500 personnes	32 %
- de 500 à 1 000 personnes	18 %
- de 1 000 à 2 000 personnes	3 %
- plus de 2 000 personnes	4 %

(Source Hôtel et Marketing dans Ouest Congrès de mars 1996)

La France se place au deuxième rang mondial après les Etats-Unis pour l'accueil congrès. Paris détient le rang de capitale mondiale des congrès depuis près de 20 ans.

La France compte aujourd'hui plus de 100 Palais des Congrès et 2 000 autres établissements disposant d'installations pouvant accueillir au moins 100 participants.

Le tourisme d'affaires français représente vingt cinq milliards de francs environ, soit le cinquième des recettes touristiques globales de la France.

L'offre française a atteint une capacité maximale face à une demande qui baisse fortement depuis le début des années 1990. En effet, on assiste à une diminution du nombre et de la taille des congrès et à une réduction de leur durée (et par conséquent des nuitées) et de leurs moyens.

En 1990 :

* chute de 5,4 % du nombre des voyages d'affaires, de 14,9 % du nombre des nuitées en France,

* baisse de 4,5 jours à 4,1 jours de la durée des voyages de tourisme d'affaires (source Crédit National 1992).

En 1993 :

* 36 % des directeurs de 80 centres de congrès français confirment un chiffre d'affaires en baisse (de l'ordre de 20 %) par rapport aux 3 années précédentes,

* 18 % estiment leur volume d'affaires en hausse,

* 32 % considèrent la situation inchangée,

* 14 % ne se sont pas exprimés.

Cette baisse quantitative s'accompagne dans le même temps d'une évolution sur le plan qualitatif avec un repositionnement des types de rencontres et des attentes des congressistes.

Par ailleurs, on dénote un certain vieillissement des infrastructures, malgré un investissement de plus de 5 milliards de Francs réalisé par 22 villes de province au titre des Palais des Congrès dans les 10 dernières années.

** Le Marché des Congrès à Besançon*

L'étude a pris en compte pour Besançon les réunions à compter de 30 personnes qui se sont déroulées dans les établissements d'accueil existants : Micropolis, Kursaal, et autres (Université, Caserne, Hôpital). L'activité de la Maison de l'Economie n'a pas été comptabilisée puisqu'elle a été ouverte en novembre 1995.

Années	Nombre Congrès	Congressistes
1989	30	10 800
1990	37	16 500
1991	31	13 700
1992	36	14 700
1993	33	14 200
1994	30	13 000
1995	68	11 800
1996	66	9 865

On peut observer que depuis 1995 les «réunions congrès» sont devenues beaucoup plus nombreuses (on passe de 30 à plus de 60) mais avec un nombre de congressistes en diminution. Les manifestations de moins de 100 participants ont augmenté de 1995 à 1996 de plus de 75 % et les congrès de plus de 250 participants ont diminué de 45 % (en nombre et en congressistes).

Si on prend en compte la dépense moyenne d'un congressiste au plan national, de l'ordre de 1 400 F/jour, c'est un manque à gagner pour Besançon, d'environ 5 millions de francs par an, soit 25 millions de francs depuis 5 ans. La chute et la faiblesse du marché congrès à Besançon s'explique par une offre inadaptée et inexprimée.

a) L'offre de Besançon

Elle se caractérise par :

- une absence relative de promotion de l'offre,
- une conception et une gestion du palais des congrès profondément atypiques, comparées au dynamisme standard des autres villes (capacité globale et distribuée, accueil, équipement électrique et audiovisuel, concurrence et gêne d'autres destinations ou manifestations),
- une disponibilité et une flexibilité limitées dans les autres établissements d'accueil dans la ville,
- une coordination et un maillage très relatifs, voire inexistant des différentes prestations (le demandeur doit lui-même rassembler et reconstituer sa prestation à partir de services épars),
- un accès et des transports difficiles (éloignement du centre-ville de Micropolis, exigüité du stationnement du Kursaal, problème d'accès aux bus à partir de la gare...),
- un programme de loisirs-détente peu ouvert, même si certaines destinations sont prisées (comme la Citadelle) et si l'accueil général de Besançon est apprécié,

- mais il faut souligner par ailleurs l'offre récente et d'un tout autre niveau (taille, standing et technologie) de la Maison de l'Economie.

L'offre congrès à Besançon n'est donc pas connue, reconnue et promue et ne peut retenir par conséquent l'attention des organisateurs de congrès. Pourtant, les atouts existent. Besançon recèle des potentialités inexploitées, fortement prisée des congressistes comme le cadre de vie, le patrimoine architectural, les rues piétonnes propices à la flânerie, les spécificités locales, l'eau, la verdure et la simplicité provinciale recherchée.

D'autre part, un potentiel de demandes existe à Besançon avec des organisateurs locaux très motivés et partants, qu'il faut mettre en synergie.

b) La demande à Besançon : situation actuelle et potentialités

L'observation des flux et thèmes de congrès tenus à Besançon depuis quelques années laisse apparaître une complicité culturelle étonnante entre l'histoire socio-économique et philosophique de Besançon et les thèmes de débat, de rassemblement et de confrontation d'idées (étymologie de congrès) des manifestations tenues dans la ville.

Parmi ces thèmes évocateurs, citons le Social, la Santé, l'Economie et la Recherche micro-technologique.

Le manque de coordination de l'accueil congrès est un facteur jouant en défaveur de la Ville.

c) la coordination de l'accueil congrès : point clé

L'étude fait apparaître un puzzle de métiers qui **s'ignorent** trop souvent entre eux, voire se concurrencent, un professionnalisme qui **s'ignore** encore, un système d'accueil et d'organisation congrès qui **ignore** aussi la spécificité de la prestation congrès.

Il en ressort pour le demandeur une difficulté à utiliser une offre éclatée. Ces difficultés se retournent même sur les prestataires qui expriment leur contrariété. Les entretiens ont pourtant révélé un réel professionnalisme pas toujours investi dans les congrès et une imagination et des initiatives qui mériteraient d'être intégrées dans une réflexion stratégique.

La mauvaise qualité de l'offre et la non prise en compte des attentes du client congrès, si elles devaient perdurer, ne pourraient que précipiter le phénomène de désaffection de Besançon, ville de congrès.

3) Les perspectives

Trois grands axes sont suggérés et développés dans le rapport en tant que pistes qu'il serait nécessaire d'explorer, de valider et de mettre en oeuvre.

a) capitaliser les acquis et valoriser les atouts d'organisation

D'une part, Besançon dispose d'un patrimoine et d'un environnement touristique et économique de plus en plus prisés par les congressistes et organisateurs.

D'autre part, Besançon s'est tout naturellement placée sur des thématiques porteuses : la santé, la recherche universitaire, l'économie sociale, les microtechniques.

Et de manière plus subtile encore, Besançon raisonne avec des valeurs retrouvées dans les nouvelles exigences des congrès : la ponctualité et le temps bien comptés, la rigueur et le professionnalisme des contenus, la simplicité et la place laissée aux contacts et échanges.

Faute de capacité d'accueil et de prestations de qualité suffisante, certains congrès d'envergure nationale ne peuvent toutefois se tenir à Besançon (le rapport d'étude cite quelques exemples).

On pourrait ajouter également que la petite taille du Palais des Congrès peut devenir un atout en se positionnant sur un marché où la taille du congrès diminue.

Encore faut-il penser à une restructuration des salles qui doivent pouvoir s'adapter à la demande (prévoir une grande flexibilité) et surtout à un équipement en matériel informatique et audiovisuel performant, et digne d'un palais des congrès.

Toutefois, tous ces acquis et ces atouts ne sauraient se valoriser et se développer d'eux-mêmes. Une action organisée et collective est indispensable et incontournable.

b) Focaliser sur une image et développer des attraits de situation

La monographie des villes de congrès en évolution révèle le plus souvent un concept, un événement phare, un positionnement acquis ou conquis.

Une telle sociographie ventile les cités d'accueil en trois grandes catégories :

- les grandes métropoles (Paris, Lyon, Strasbourg...),
- les villes du littoral (Nice, Biarritz, La Baule, Deauville...) ou thermales (Vichy, Vittel...),
- les villes dont l'image émerge (Le Mans, Perpignan, Caen...).

C'est dans ce dernier créneau que se positionne Besançon, Ville de congrès, pour autant qu'une image porteuse lui soit associée, confortée éventuellement d'événements marquants.

c) Investir sur une synergie et promouvoir une offre cohérente et globale

Un système de maillage et d'ouverture de l'accueil est à instituer à travers une notion de réseau à plusieurs géométries. Une politique de congrès ne peut s'engager que sous quatre dimensions :

- le réseau externe :

Besançon doit se rapprocher des villes de congrès pour y puiser expériences et idées. Il est nécessaire qu'elle adhère à une structure professionnelle nationale du type France Congrès qui apporte assistance, échanges d'informations et de fichiers clients.

- le réseau interservice :

Les prestataires des différents services (hébergement, lieu de travail, restauration, transport, etc.) doivent se rapprocher pour présenter une offre globale aux organisateurs et disposer entre eux d'un outil d'information et d'action efficace et économe.

- le réseau interne à chaque métier :

Chaque métier doit être ouvert à des complémentarités avec d'autres prestataires et surtout ouvert à la demande très spécifique de l'organisateur de congrès.

- le réseau d'environnement :

Les personnalités politiques, économiques ou culturelles représentatives de Besançon doivent s'investir dans une prestation d'accueil auprès des assemblées de congrès.

L'enquête a démontré qu'à ces quatre niveaux, des pistes, voire des expériences concrètes, peuvent être avancées et justifiées.

Conclusion

Besançon, ville de congrès ?

Le rapport souligne beaucoup de handicaps, certes, mais beaucoup d'atouts également.

Besançon peut affirmer sa vocation de ville de congrès si, parmi les divers investissements, sont mobilisées une certaine persévérance et une utilisation judicieuse des ressources déjà existantes.

Il est souhaitable, d'une part, que soient intégrés les éléments et conclusions de cette étude dans les choix relatifs au réaménagement de Micropolis.

D'autre part, il se révèle indispensable de mettre en oeuvre un programme d'actions intégrant l'ouverture d'un bureau des congrès pour créer une réelle synergie d'accueil et une politique générale de promotion.

M. LE MAIRE : Nous débattons de cette question avec le point suivant de l'ordre du jour.

Dont acte.

Récépissé préfectoral du 12 mai 1997.