



Stratégies métropolitaines et tourisme de réunions et de congrès international en France

Sylvie Christofle

► To cite this version:

Sylvie Christofle. Stratégies métropolitaines et tourisme de réunions et de congrès international en France. Hommes et Terres du Nord, 2004, p.16. <hal-00502324>

HAL Id: hal-00502324

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00502324>

Submitted on 13 Jul 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Stratégies métropolitaines et tourisme de réunions et de congrès international en France

Sylvie CHRISTOFLE

Université de Nice- UMR ESPACE 6012 Equipe G.V.E.

Résumé Ce travail poursuit un double objectif : d'abord déterminer le tourisme de réunions et de congrès, souvent ignoré, et ensuite mettre en valeur ses dynamiques fondamentales, au travers d'une étude multiscale. Dans un premier temps l'évolution de la distribution spatiale, de l'échelle mondiale à l'échelle nationale, et les forces qui sous-tendent cette activité complexe sont analysées. Dans un second temps, à l'échelle de métropoles françaises, des stratégies et politiques urbaines en faveur du tourisme de réunions et de congrès durant la double décennie 1980-2000 sont caractérisées et mises en relation.

Abstract : International tourism of meetings and conventions is a part, even if it is poorly known, of urban tourism. The nature of this work is a multiscale analysis of privileged urban localizations of tourism of meetings and conventions, from the international scale to the local one. After an international panorama of the major hosting meetings places, our goal is to characterize some French cities, their strategies and actions to increase tourism of meetings and conventions on their territory.

Mots-clés : tourisme, métropoles, stratégies urbaines, politiques urbaines, congrès, Montpellier, Nantes, Lyon, Lille.

Key words : tourism, metropolises, urban strategies, urban policies, meetings & conventions, Montpellier, Nantes, Lyon, Lille.

Introduction

Le tourisme de réunions et de congrès rassemble des personnes, liées par des intérêts communs (scientifiques, corporatistes, ludiques...), qui s'informent, découvrent, débattent par le biais d'une rencontre. Cette activité, en expansion dans nos sociétés mondialisées, se localise essentiellement en milieu urbain¹, lieu privilégié de rencontres et d'échanges, et plus particulièrement au sein des métropoles. Le tourisme de réunions et de congrès est ainsi une dimension de ce tourisme urbain à multiples facettes. Un double objectif guide ce travail. D'une part, il est essentiel d'analyser les dynamiques majeures de cette activité élitaires, l'évolution de sa répartition spatiale, du mondial au national, son fonctionnement global, son intérêt. D'autre part, poursuivant la réflexion à l'échelle de métropoles françaises, des mises en relations croisées de stratégies urbaines et touristiques, de politiques mises en place des années 1980 au début des années 2000 à Montpellier, Nantes, Lyon et Lille nous permettent de constater que taille de l'entité urbaine, statut, tradition touristique, capacité en équipement spécialisé ne sont pas des éléments directement discriminants d'entrée dans le club fermé des villes internationales de congrès.

Quelles en seraient donc les clés ?

¹hors le cas des « séminaires au vert ».

I. Dynamiques et évolution spatiale du tourisme de réunions et de congrès

1. Tourisme urbain et tourisme de réunions et de congrès

En premier lieu, l'utilisation du terme de tourisme quant à l'activité congressuelle peut paraître paradoxale tant des habitudes associent le tourisme au déplacement d'agrément, de détente, de loisirs, de récréation et non à la mobilité motivée par l'échange de connaissances, d'informations dans un cadre, peu ou prou, professionnel. Néanmoins quand ces différents meetings (colloques, congrès, symposia, réunions d'entreprises...) se déroulent sur deux jours minima, les participants, comme leurs accompagnants, consomment de multiples services et produits touristiques, hébergement, restauration, shopping, sorties culturelles...

Ainsi, la mise en parallèle des caractéristiques principales suivantes : une nuitée hors du domicile habituel², la rupture avec le quotidien et la consommation de produits spécifiques, autorisent pleinement l'usage de cette terminologie sectorielle. De manière concomitante, le tourisme urbain est complexe³ et met en jeu des formes touristiques variées plus ou moins aisément définies : tourisme d'agrément, tourisme culturel voire culturel, tourisme de santé, d'affaires...

Dans son ensemble, le tourisme urbain, s'il n'est pas récent, a sensiblement évolué et augmenté ces deux dernières décennies. Des variations sont apparues tant du côté de la demande que de l'offre. Côté demande, le tourisme urbain bénéficie de la croissance générale des mobilités (augmentation du temps libre, hausse du nombre de retraités mobiles...) et plus particulièrement des courts séjours⁴ qui sont une des caractéristiques de cet espace par rapport aux temps plus longs du séjour littoral, campagnard ou montagnard⁵. Du côté de l'offre, le paramètre majeur est la décision des donneurs d'ordres urbains, même gestionnaires de lieux *a priori* moins richement dotés que les destinations connues, de miser sur le tourisme comme activité valorisante tant directement qu'indirectement (en termes de qualité de vie, d'image...). L'intérêt des élus se traduit par des actes d'équipement, d'aménagement, de renouvellement urbanistiques, d'embellissement et d'animation de l'espace urbain et donc un attrait renouvelé de la ville via ses aménités culturelles, patrimoniales, sportives, festives voire événementielles. D'autre part, ces décideurs mènent des campagnes de promotion, de manière singulière ou en commun, via des réseaux, des associations ou des clubs, comme par exemple la Conférence permanente du tourisme urbain, créée en 1989, qui rassemble 43 villes françaises ou le Club des Grandes Villes, qui existe au sein de Maison de la France depuis 1993 et regroupe 23 membres.

Cette conjonction Demande/Offre conduit à la situation suivante : dans notre pays le tourisme en ville représente près de 24 milliards d'euros dont 60% proviennent des touristes étrangers. En comparaison avec les autres espaces du tourisme national, le tourisme urbain est le premier espace de consommation (38% contre 27% pour les littoraux et 20% pour la campagne) et le troisième en termes de nuitées (environ 28% de ces dernières)⁶.

²Définition du touriste selon l'Organisation Mondiale du Tourisme.

³Concernant les différentes définitions du tourisme urbain (institutionnelles, académiques etc.), forcément délicates, nous renvoyons, par exemple, à l'article de Jean-Michel Dewailly et Isabelle Lefort *Pratiques, processus et enjeux du tourisme urbain*, in Association de Science Régionale De Langue Française, XXXIXème Colloque de l'ASRDLF – Concentration et ségrégation, dynamiques et inscriptions territoriales, Lyon – 1, 2 et 3 septembre 2003.

⁴ Les courts séjours comprennent 1 à 3 nuitées, CF. www.tourisme.gouv.fr

⁵ *La demande touristique en espace urbain* in Données économiques du tourisme, , n°33, Secrétariat d'Etat au tourisme, Direction du Tourisme, 1999, 55 pages, p.6.

⁶ 36% des nuitées pour le tourisme littoral et 29% pour le tourisme rural.

Quid du tourisme de réunions et de congrès dans ce tableau ? Là encore, le problème des définitions et des sources statistiques afférentes se pose. Le tourisme de réunions et de congrès se situe à la jonction de deux mondes. C'est d'abord un secteur touristique qui a pour caractéristique majeure la motivation, essentiellement, mais non exclusivement⁷ professionnelle du séjour hors du domicile habituel. Il est inclus officiellement, en France, dans les définitions et les statistiques du tourisme d'affaires⁸, ce dernier constituant entre 50 et 60% du tourisme urbain en son ensemble dans les grandes métropoles françaises⁹. En même temps, l'accueil de congrès nationaux et internationaux est une fonction urbaine supérieure. Elle est liée aux fonctions de commandement, de haut niveau de finance, d'enseignement supérieur et de recherche, de développement scientifique et économique, d'innovation, d'information et de communication, en fait à toutes les activités mondialisées d'une ville-métropole¹⁰.

Cette double appartenance place donc le tourisme de réunions et de congrès à participer de fonctionnement, de processus, de stratégies, d'actions et d'enjeux, économiques et spatiaux, à de multiples échelles mais selon des modalités et des mises en oeuvre différentes en fonction des villes d'accueil.

En effet, le tourisme de réunions et de congrès n'a pas le même impact, ni le même intérêt et n'aura pas la même influence dans une station ou une localité touristique et dans une ville ou une métropole dont l'activité est composite. Dans le premier cas, le tourisme de réunions et de congrès assure son rôle de forme touristique complémentaire, en termes d'espace et de saisonnalité, de la forme touristique majeure qu'est le tourisme d'agrément, de récréation, de loisirs, qu'il soit à dominante balnéaire, thermal, sportif¹¹... Dans le second cas, le tourisme de réunions et de congrès est étroitement imbriqué dans la vie urbaine. Il est une composante "reflet" de la concentration, de la diversité et de la qualité des fonctions de la ville (tourisme, économie, culture, niveau scientifique, informationnel et communicationnel, rang national et international...) associées au dynamisme de ses structures et de ses habitants, le tout entraînant idéalement la tenue de rencontres nombreuses et variées¹².

L'activité congressuelle est complexe et doit s'envisager sur plusieurs plans. C'est d'abord une activité économique et sociale, quoique difficile à appréhender du fait du manque de statistiques fiables la concernant. Pour le territoire national, depuis 1998, une étude annuelle, financée à 50% par le ministère délégué au tourisme et menée par l'association France Congrès¹³ a permis de connaître l'impact économique global du tourisme de congrès dans notre pays. L'étude porte sur 40 centres de congrès en régions, soit un tiers environ des structures spécialisées recensées en France, mais ne prend malheureusement pas en compte

Source : Ministère Délégué au Tourisme, Direction du Tourisme, *Les chiffres clés du tourisme en 2003*, Paris, 2004, 8 pages, p. 3.

⁷ En effet, de nombreuses réunions rassemblent des personnes autour de hobbies, par exemple : congrès national des amateurs de bonsaïs; congrès de la fédération française des collectionneurs de disques et de documents sonores etc. réunions qui peuvent regrouper plusieurs centaines de personnes à différentes échelles (nationale, européenne...).

⁸ Définition du Ministère Délégué au Tourisme, Direction du Tourisme, in *Le Tourisme de A à Z* : « Le marché du tourisme d'affaires peut être divisé en 4 secteurs : les congrès et les conventions d'entreprise, les foires et salons, les incentives (voyages de stimulation), séminaires et réunions d'entreprises, les voyages d'affaires individuels.

⁹ *Le tourisme urbain dans la région lyonnaise en 2001*, Observatoire du tourisme urbain, 2002, 74 pages, p.63.

¹⁰S. Christofle, *Dynamiques, réseaux urbains et mondialisation dans le système des réunions et des congrès internationaux*, in Netcom, vol. 17, n°1-2, 2003, pp. 71-81.

¹¹S. Christofle, *Tourisme de réunions et politiques urbaines*, thèse de doctorat de géographie, Université Montpellier III, 1997, 747 pages, pp. 161-167.

¹² Idem.

¹³ L'association France-congrès regroupe 47 villes françaises accueillant des réunions, sur le territoire métropolitain et dans les DOM-TOM.

les espaces de réunions de Paris, qui reçoivent une part importante des rencontres localisées sur le territoire national. Malgré ses lacunes, du fait de son sérieux, l'étude peut être cependant citée pour présenter un impact économique global du tourisme de congrès *a minima*, calculé à 1,5 milliard d'euros et au « maintien » de 33 250 emplois sur le territoire national¹⁴. Il faut également savoir que le tourisme de réunions et de congrès est un secteur économique à coefficient inducteur (ou multiplicateur) fort : il a ainsi été calculé, dans le cas de congrès internationaux à Paris, que ce coefficient était de 6 (soit 1 euro d'investissement = 6 euros dépensés) et que, de manière plus générale, les congressistes dépensent entre 2,5 et 3 fois plus que les touristes dits « de loisirs »¹⁵.

D'autre part, outre l'aspect économique, le tourisme de réunions et de congrès possède un poids important en termes d'urbanisme et d'image. Effectivement, au delà de l'offre congressuelle, le palais des congrès de stature internationale véhicule une image urbanistique forte et représente emblématiquement les fonctions supérieures, internationales de la cité¹⁶. Cette image valorisante n'a pas échappé aux élus locaux de métropoles régionales françaises, aux pouvoirs augmentés par les lois de décentralisation des années 1980. Elle permet d'abord au décideur de marquer le territoire dont il a la charge par un bâtiment monumental (« Vinci » de Tours, « Corum » de Montpellier, « Atlantique » de Nantes...), qui médiatise son passage aux affaires et ses efforts pour développer sa cité, à l'échelle locale et infralocale, aux yeux de la population contribuable-électrice. Ensuite, cette image positive de fonction supérieure entre de plain-pied dans le paradigme du développement urbain de type métropolitain basé sur l'information, la communication et les activités internationales, dans une période durant laquelle les tendances en matière de gouvernement urbain reposaient sur une planification stratégique, à moyen et long terme, et la prise en compte d'une compétition inter villes croissante dépassant l'échelle nationale. L'intérêt du tourisme de réunions et de congrès international est ainsi largement supérieur à son simple impact économique, ce qui explique la reconnaissance des institutions et des élus envers ce secteur longtemps négligé, attention matérialisée particulièrement par des constructions de centres spécialisés dans les villes françaises.

La France a ainsi multiplié son offre en 20 ans. Avant 1980, 39 centres de congrès étaient répertoriés, contre 120 en 2000 (Conseil national du tourisme, 2000). La grande majorité de ces centres spécialisés appartient aux collectivités territoriales (87%) même si l'exploitation des équipements peut prendre des formes variées¹⁷. A la différence des autres équipements touristiques, notamment l'hébergement marchand et les moyens de transport, le centre de congrès est donc directement créé et généralement indirectement exploité par la collectivité, une part minime de ces lieux spécialisés étant gérée par des sociétés privées¹⁸. Différentes cités françaises se sont donc lancées dans le tourisme de réunions et de congrès, cette activité renvoyant aux élus l'image d'un secteur à la fois économiquement porteur et politiquement et stratégiquement valorisants.

2. Evolution de la répartition géographique des lieux privilégiés

¹⁴ cf. France Congrès.org/tendances/bas2.htm

¹⁵ Duchemin-Melot C. et Miard D. *Les retombées monétaires engendrées par les congressistes étrangers au Palais des Congrès de Paris*, Marketsoft, Paris, 1989, 90 pages

¹⁶ le palais des congrès et l'activité congressuelle sont des indicateurs sélectionnés dans les études portant sur l'internationalité urbaine cf. par exemple, pour des travaux récents, Rozenblat C., Cicille P. *Les villes européennes, analyse comparative*, Paris, La Documentation Française, DATAR, 2003, 94p.

¹⁷ sociétés d'économie mixte (29%), régies municipales (23%), associations régies par la loi de 1901 (20%), établissements publics industriels et commerciaux (14%) et sociétés privées (14%) – Conseil National du tourisme, *Les congrès, conventions et salons*, 80 pages, 2000, p. 10.

¹⁸ Ces dernières sont peu nombreuses : se trouvent Accor (les Sables d'Olonne) Unibail, concentrée sur huit équipements parisiens et GL Events, plus récemment impliquée dans le secteur et plus répartie géographiquement (Lyon, Toulouse, Paris, Clermont-Ferrand, St Etienne, Barcelone, Nice et Londres).

Néanmoins, si de multiples espaces et cités peuvent accueillir, plus ou moins sporadiquement, des réunions, toutes les localités ne peuvent se proclamer « villes de congrès ». En effet, pour recevoir *régulièrement* des manifestations de type congrès et réunions assimilées¹⁹, des aménités pratiques doivent d'abord exister sur place, de nombre et de qualité différents, selon les caractéristiques de l'évènement (type²⁰; durée²¹ ; géographie de la réunion²²; taille de la rencontre...) et les organisateurs (fédération, association, organisation gouvernementale, organisation non gouvernementale, institution publique ou parapublique, entreprise...).

Sont ainsi, au premier chef indispensables, une bonne accessibilité (terre, fer, air), un lieu d'accueil confortable, en capacité et en technique (nombre de salles, nombre de sièges, configurations possibles, sonorisation, traduction simultanée...) ou mieux un espace spécialisé (centre de congrès, palais des congrès, centre d'affaires...), enfin un parc d'hébergement hôtelier proche, de taille et de qualité adéquates au rang de la réunion.

Outre ces questions quantitatives, des paramètres plus qualitatifs interviennent quant au choix des destinations congressuelles, principalement l'image, l'attrait touristique voire le climat des lieux, et, pour les congrès internationaux, l'éventuel effet d'exotisme et de dépaysement. Il faut noter que le gros des bataillons de congressistes sont originaires des pays industrialisés de la Triade (Europe, Amérique du Nord et Japon). Parallèlement, la majorité des réunions s'effectue, essentiellement pour des raisons de proximité géographique, de langage, de sièges d'organisation internationale, de facilité, de confiance et de confort, en Europe et dans les pays d'Amérique du Nord, même si les territoires du Pacifique augmentent régulièrement leur influence (Asie du sud est, Chine et Australie particulièrement). Les Etats-Unis et la France sont plus particulièrement des espaces majeurs d'accueil de congrès internationaux. En effet, sur près de 9500 congrès internationaux recensés par l'Union des Associations Internationales²³, les Etats-Unis recevaient plus de 1000 manifestations (environ 11% du total) et la France un peu moins de 700 (près de 7%). Ces deux pays sont au premier plan depuis plusieurs décennies : en effet, la France a évincé le Royaume-Uni, qui était jusqu'alors en deuxième position, au début des années 1980 et les Etats-Unis sont en « pole position » depuis l'ouverture des statistiques en 1949. Les deux meilleurs sont suivis par différents pays européens aux premiers rangs desquels l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni, l'Espagne, la Suisse, la Belgique, l'Autriche...

Concernant les villes mondiales de congrès, observons la première place de Paris, capitale incontestée des congrès internationaux depuis 1980, accueillant plus de 270 manifestations, soit presque 3% du total²⁴. La ville-lumière, mise à part Singapour en 5^e position, est suivie de capitales et métropoles internationales européennes (Vienne, Genève, Bruxelles, Londres, Barcelone, Copenhague, Berlin, Rome...). Peu de villes françaises apparaissent dans le « Top cities » de l'UAI, qui répertorie les cités qui reçoivent *au minimum* 20 congrès internationaux, les critères de sélection des dites manifestations étant draconiens²⁵. Hormis Paris, se trouve Strasbourg, qui partage avec Genève et New York le privilège d'accueillir des sièges

¹⁹ S. Christofle, op. cité, 1997, pp. 46-63.

²⁰ congrès, colloque, séminaire, réunions d'entreprise, convention, lancement de produit...

²¹ Actuellement, la durée moyenne des réunions nationales se situe entre deux jours, deux jours et demi ; la durée moyenne des réunions internationales est de trois jours, trois jours et demi.

²² régionale, nationale, européenne, internationale, mondiale.

²³ UIA-Union of International Associations, *International Meetings Statistics for the year 2003*, Bruxelles, 2004, UIA, 40 pages.

²⁴ Une précision importante est à apporter : si Paris reste à la première place mondiale depuis le début des années 1980, le rang des autres cités internationales de congrès fluctue chaque année, il est donc intéressant de travailler sur des séries statistiques temporelles : par exemple sur 15/20 ans cf. S. Christofle *Recompositions territoriales : réseaux de villes/tourisme de réunions et de congrès* in Mosella, tome 26, n°3/4, 2002, pp.183-193.

d'organisations internationales prestigieuses sans être capitale. La cité alsacienne tire son épingle du jeu avec 90 réunions internationales (1% environ du total mondial) et la 14^e place internationale, environnée d'Helsinki (13^e) et de Séoul (15^e). Nice se localise à 56^e place (entre Salzbourg et Le Cap), avec 30 réunions homologuées, suivie de Lyon (27 rencontres, 65^e place) et la petite dernière, Montpellier, qui avec 23 congrès transnationaux et la 76^e place mondiale, clôt le chapitre des villes françaises les plus distinguées par l'UAI en 2003. D'autres localités nationales ont cependant accueilli des congrès selon les critères de l'UAI mais restent en deçà du seuil des 20 et donc de l'apparition dans le fameux « Top cities ». Quelles sont donc ces villes ? Un panel limité de cités complète l'éventail précédent : une ville à fonction touristique forte et à image prestigieuse (Cannes, et 16 réunions internationales) et des métropoles régionales de toutes tailles et de toutes ambitions internationales, par ordre décroissant, Toulouse (15 congrès multinationaux), Bordeaux (11), Brest (8) et Lille (7)²⁶ soit, y compris les leaders, 10 villes en France qui reçoivent plus de 5 congrès internationaux, en tout et pour tout le territoire national. La situation des autres pays européens est différente avec un éventail de villes internationales de congrès plus large : le Royaume-Uni a 12 villes majeures, l'Espagne 15, l'Italie 16, l'Allemagne 20... La tradition jacobine et centralisatrice de la France apparaîtrait-elle encore avec un manque de villes capables de jouer un rôle international, et le poids de la concentration parisienne ²⁷ ? il est vrai que la capitale française concentre en moyenne plus de 40% de tous les congrès internationaux UAI localisés en France.

Néanmoins, la situation évolue. Se référant à la décennie précédente (années 1990), durant laquelle Paris recevait jusqu'à 51,5% des grands congrès (1992), le nombre et le rang des autres villes françaises d'accueil de réunions internationales s'apprécient, quoique de manière timide. Pourtant, avec la floraison de centres et palais des congrès des années 1980 et 1990, la France est au premier rang européen en matière d'offre congressuelle de haut niveau (Conseil national du Tourisme, 2000). Il semblerait logique que la part des villes nouvellement dotées d'équipement de grande capacité (huit cités ont des équipements comprenant plus de 3.000 places en amphithéâtre en 2000)²⁸, soit plus élevée qu'avant ces aménagements d'envergure. La réalité est plus complexe. D'abord, ces travaux (agrandissement, réhabilitation, NTIC²⁹, mises aux normes de qualité nationale et internationale Qualicongrès-AFAQ et ISO 9000/2000³⁰) ont assuré le maintien des espaces urbains traditionnellement en phase avec le tourisme de réunions et de congrès international. Paris, Strasbourg et Nice évitent ainsi, par adaptation de leur offre, une perte de parts de marché dans un secteur qui devient de plus en plus concurrentiel. En effet, précisons que la situation est actuellement moins bonne dans le secteur congressuel de haut vol qu'elle ne l'a été pendant plusieurs décennies. Effectivement,

²⁵ Les meetings doivent être organisés ou sponsorisés par des organisations internationales, avoir 300 participants minimum, au moins 40% d'étrangers, 5 nationalités, et durer au moins 3 jours. L'UAI est le seul organisme qui apporte des statistiques sur les congrès internationaux à la fois fiables et comparatives (depuis 55 ans) ; c'est pourquoi elles sont utilisées ici, même sachant que les conditions de sélection des manifestations recensées sont sévères et laissent de côté certaines rencontres internationales.

²⁶ Le reliquat des réunions internationales (UAI) reçues en France (148) est dispersé dans des espaces urbains qui accueillent chacun moins de 5 réunions d'un tel niveau.

²⁷ parmi différents travaux à ce sujet, cf. Rozenblat C., Cicille P., op. cité, p. 37.

²⁸ Paris, Cannes, Nice, Strasbourg, Nantes, Monaco, Montpellier, Tours.

²⁹ équipements des palais des congrès en nouvelles techniques d'information et de communication.

³⁰ La normalisation des palais des congrès, en cours depuis trois ans, entre dans un schéma plus global de normalisation formelle de la qualité ou de suivi d'un cadre global volontaire (par exemple le Plan Qualité France, lancé par le Ministère Délégué au Tourisme, le 1^{er} décembre 2004) des diverses activités composant le secteur touristique sur le modèle des autres activités économiques, notamment industrielles, afin d'améliorer la lisibilité des prestations et la qualité des produits. Précisément, les normes ISO 9000 sont une référence internationale des entreprises en matière de certification des systèmes de management de la qualité, indépendamment du secteur d'activité ou de la taille de l'entreprise ou de l'organisme certifié.

après des taux de croissance de l'ordre de près de 5% par an pendant près de 30 ans, l'activité congressuelle internationale accuse une baisse mondiale (-10% ces cinq dernières années). Il est difficile d'augurer s'il s'agit d'un phénomène conjoncturel ou structurel mais le fait est que la France recevait entre 730 et 790 réunions internationales dans la décennie 1990 contre 650/700 dans les années 2000. La concurrence s'intensifie avec l'apparition (Australie : Sydney, Afrique du Sud : le Cap, etc) ou la réapparition (Croatie : Dubrovnik, Russie : Saint Petersbourg...) d'espaces d'accueil à l'image positive, aux politiques dynamiques et aux équipements de bon niveau, depuis la décennie 1990. Les villes françaises se doivent de réagir afin de garder ou de gagner leur place sur l'échiquier des villes internationales de congrès. Des actions urbanistiques et médiatiques prennent ainsi en compte l'activité congressuelle internationale dans le cadre de stratégies de développement touristique ou global. Les aménagements d'envergure en faveur du tourisme de réunions et de congrès (construction, agrandissement... de centres de congrès) restent fondamentaux. Mais équipement, même de valeur, et bonnes intentions ne suffisent pas, ou plus, pour accéder au groupe des villes internationales de congrès dans ce contexte de compétition territoriale qui s'aiguise...

Poursuivant la réflexion, une étude comparative va examiner quatre trajectoires, deux itinéraires de métropoles régionales, Montpellier et Nantes, et deux de métropoles aux ambitions internationales affirmées, Lyon et Lille, en matière de croissance urbaine, de tourisme et d'accueil de congrès internationaux, sur deux décennies.

II Itinéraires croisés

II.1 Montpellier et Nantes ou comment devenir métropole...

A Montpellier, le développement touristique est inclus dans une stratégie globale de croissance urbaine. Cette dernière est basée parallèlement sur l'amélioration de la qualité de vie des habitants et un essor économique³¹ fondé sur les points forts de l'agglomération : activités tertiaires, recherche et innovation, médical et paramédical. L'approche privilégiée par la municipalité passe par l'urbanisme et les grands travaux.

La politique touristique, très peu présente dans les premiers mandats de l'équipe élue depuis 1977, évolue depuis la prise en compte du secteur, à partir des années 1984-1985. Rappelons que Montpellier est localisée à 10km de la Méditerranée, en Languedoc-Roussillon, région réputée pour son tourisme balnéaire et ses stations nouvelles du Cap d'Agde et de la Grande-Motte, entre autres. Malgré ses classiques atouts (patrimoine du XVII^e siècle, climat, localisation péri-littorale) Montpellier est, à l'aube des années 1980, une simple ville de passage.

Les décideurs optent alors pour une politique touristique forte en faveur du tourisme de réunions et de congrès (S. Christofle, 1999)³². Pourquoi ? La stratégie touristique s'appuie sur les acquis et l'activité congressuelle était déjà présente dans la ville. Elle est issue des liens nationaux et internationaux développés du monde universitaire montpelliérain, notamment médical, et des têtes de réseaux du secteur recherche-développement particulièrement nombreux dans la ville (organismes de recherche publics et privés, entreprises et laboratoires de haut niveau scientifique et « high tech » localisés dans les parcs

³¹ Montpellier et la région Languedoc-Roussillon possèdent un taux de chômage autour de 14% contre environ 10% au plan national.

³² S. Christofle, *Tourisme de congrès et politique urbaine de revitalisation : l'exemple du Corum de Montpellier*, in *Annales de géographie*, n°608, 1999, pp.379-396.

d'activité et technopôles de la capitale régionale languedocienne). Néanmoins, l'activité était éclatée spatialement (salles municipales ou départementales, universités...) et difficile à cerner. La volonté sera de canaliser une partie de ces multiples flux non rationalisés et de catalyser ces derniers en un lieu unique pour faire monter le secteur en puissance. La politique passe par la construction *ex nihilo*, en centre-ville, d'un palais des congrès-opéra doté d'une salle plénière de 2010 places. Le Corum est un véritable monument contemporain de 67.000m², qui tranche fortement, avec sa forme massive, sa couleur rose (granit de Finlande) et son dénivelé de 34m sur la route de Nîmes, avec les hôtels particuliers de calcaire blond du XVIII^e siècle et les jardins et fontaines de l'esplanade. Après l'érection du centre spécialisé, le suivi a lieu sous forme, notamment, d'un pôle congrès-expositions créé par le regroupement, dans une Société Anonyme d'Economie Mixte, du palais des congrès, du parc des expositions et de la salle Zénith Sud, et une politique commerciale cohérente, associant les trois sites.

Les décideurs continuent parallèlement la mise en tourisme de Montpellier, dans les années 1990-2000, via des actions d'embellissement³³, des illuminations, une promotion générale et sectorielle permanente³⁴, des festivals³⁵, des événements³⁶, le tout afin de conforter son image de cité « touristique », qu'elle peine à faire valoir³⁷. Pour les années 2000-2010, Montpellier se lance dans un projet à la limite du loisir et du tourisme, un « village ludique » axé sur l'alliance entre loisirs de proximité et commerces³⁸ à l'est de la ville, à proximité des dessertes des plages et de l'autoroute A9, projet qui sort de terre depuis 1998³⁹. Enfin, le prochain axe de développement stratégique du tourisme dans l'agglomération montpellieraine serait le tourisme fluvial, en adéquation avec la fin de la réalisation de l'ambitieux programme urbain de Port Marianne et la navigabilité retrouvée du fleuve côtier le Lez.

Le tourisme a pris ainsi une importance certaine dans la politique urbaine de la capitale languedocienne en 20 ans tout en restant une activité impulsée parmi d'autres (accueil d'entreprises, équipements économiques, sociaux, sportifs, culturels pour les habitants, transports avec une ligne de tramway terminée et la seconde en cours...), dans le cadre d'un développement voulu et orchestré par les décideurs urbains⁴⁰ et une « gestion intégrée de la ville » réitérée⁴¹ (D. Klépany, 1994, 2003). En matière de tourisme de réunions et de congrès, la juxtaposition de tradition congressuelle, de volonté, d'aménagement et d'équipement, de promotion martelée et coordonnée, enfin de ferme suivi commercial et promotionnel, a eu pour résultats de propulser Montpellier, absente jusqu'alors, aux premières places nationales dès le début des années 1990, à la 5^e place française en accueil de congrès internationaux UAI en 1992 et 1993 et des rangs similaires depuis, oscillant entre la 4^e et la 7^e place française.

³³ enterrement de fils électriques dans la vieille ville, fontaines, jardins de l'esplanade, réhabilitations...

³⁴ affiches 4mx3 en ville, dans le métro parisien, dans les principales gares françaises, encarts dans des périodiques spécialisés français et étrangers...

³⁵ La politique culturelle de Montpellier est très riche, les festivals ont une fonction de vitrine d'activités déjà implantées dans la cité: Festival de Radio France et de Montpellier, festival international de danse contemporaine, festival du film méditerranéen etc.

³⁶ accueil de match durant la Coupe du Monde de football en 1998...

³⁷ par exemple, dans un essai de typologie touristique des villes françaises, paru en 2001, Montpellier est absente : G. Dubois & JP Ceron, *Enjeux sociaux et environnementaux du développement du tourisme urbain*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°5, 2001, pp. 830-860, p. 844.

³⁸ patinoire, multiplexe cinématographique, planétarium, aquarium géant, centre de balnéothérapie et bien-être, bowling, roller dome, karting, palais de la danse, hypermarché, 120 boutiques – soit 48.000 m² commerciaux -, restaurants, salles de jeu, hôtel envisagé etc.

³⁹ Ont été construits le terminus de la ligne 1 de tramway, le multiplexe cinématographique de 17 salles, la patinoire, le planétarium, 4 restaurants ; l'aquarium est prévu pour 2006 ; la partie commerciale a pris du retard suite à des actions menées par des commerçants du centre-ville qui s'estiment menacés par l'ouverture de l'hypermarché Casino, des enseignes Boulanger, Ikéa (ouvert en 2005) etc.

⁴⁰ *Montpellier : priorité au développement économique*, D. Klépany in Cahiers d'Espace, n°39, 1994, pp. 69-72

⁴¹ *Le tourisme urbain observé depuis Montpellier, mesurer pour agir*, D. Klépany & F. Cros, in Cahiers d'Espace, n°78, 2003, pp. 89-93.

Les équipements de réunions et de congrès, et principalement le Corum, assument ainsi une double vocation. Le palais des congrès est un instrument au service de la ville et de l'agglomération, ouvert aux habitants (cinéma, ballets, spectacles, opéras, concerts, retransmission d'événements sportifs, salons etc.) et parallèlement un outil de promotion externe, une vitrine tournée vers les visiteurs et les congressistes, emblème de la capacité de la ville à être une métropole d'ambition internationale malgré une taille réduite (350.000 habitants dans l'agglomération).

Sur la façade atlantique, Nantes a également connu ces dernières années un développement économique et démographique importants (+10,3% de croissance de population entre 1990 et 1999), lié notamment à la délocalisation de grands groupes et l'accroissement de sa population estudiantine. Même si son développement reste fondé sur un socle industriel (agro-alimentaire, mécanique, biotechnologie...), la métropole a développé ses services (déconcentrations administratives et de grandes entreprises, compétences financières, services aux entreprises...).

Comme à Montpellier, dans un contexte plus général de mise en scène des cités françaises pour attirer les investisseurs, reconnus comme acteurs urbains essentiels, les élus nantais communiquent sur les thèmes de qualité de vie et d'environnement préservé⁴² et accompagnent la croissance de leur cité d'une politique d'équipement et de création d'infrastructures à vocation sociale, éducative, sportive et culturelle. Certains quartiers ont été réhabilités et désenclavés et deux opérations urbaines majeures lancées en ce sens durant la décennie 2000 : l'île de Nantes avec un profond réaménagement de l'espace public, et le quartier Malakoff/Pré Gauchet, près du centre (Nouveau Malakoff). En matière touristique, Nantes, dans les Pays de la Loire, est au cœur de la 4^e région française pour les séjours.

Pour la partie tourisme urbain, Nantes développe une politique principalement axée sur la mise en valeur patrimoniale, l'histoire et la culture (Folles Journées...) et sur des sites comme le Château des Ducs de Bretagne, la Tour Lu, le Passage Pommeraye, le Musée des Beaux-Arts... Le palais des congrès, ouvert en 1992, est localisé au bord du canal Saint Félix, à l'est du centre ville. Malgré une différence flagrante en terme d'architecture par la forme (en partie arrondie) et l'utilisation matériaux (métal et verre), ce centre peut facilement être comparé au Corum de Montpellier par sa taille et ses salles⁴³, son haut niveau de qualité⁴⁴ et son aspect monumental et contemporain. Comme à Montpellier, la mission impartie au palais des congrès nantais est de contribuer au rayonnement de la métropole qui l'abrite tout en aidant à la croissance économique. Il est d'ailleurs financé à 47% par Nantes Métropole. Les politiques mises en oeuvre possèdent également des traits commerciaux et marketing communs⁴⁵.

⁴² Comme Montpellier, régulièrement en tête d'affiche de palmarès urbains comme « lieu où il fait bon vivre », Nantes apparaît comme une ville agréable (Le Point, 2003 et 2004, ou le « Time Europe » en 2004 : www.Time.com/time/europe/secret/nantes.html)

⁴³ Un grand auditorium de 2000 places, deux auditoriums de 800 et 450 places, des salles de 300, 200 et 100 places et des salles de réunions de 30 à 100 places, 6000 m² de surfaces d'exposition à la Cité des congrès de Nantes contre un grand auditorium de 2000 places, deux auditoriums de 750 et 320 places, des salles de 250, 200 et 100 places et des salles de réunions de 30 à 100 places et 6000 m² de surfaces d'exposition au Corum de Montpellier : les différences sont faibles !

⁴⁴ label qualité Qualicongrès, portant sur 20 engagements et certifié par l'AFAQ et normalisation Iso 9001/2000 pour les deux structures.

⁴⁵ Au vu de la situation touristique de plus en plus concurrentielle de la France et de l'Europe face à des destinations de plus en plus nombreuses et équipées à prix moindres, le professionnalisme gagne tous les secteurs touristiques : les politiques marketing et commerciales des équipes des palais des congrès de Nantes et Montpellier, les techniques utilisées, ne diffèrent pas de celles d'entreprises de type privé. Elle s'appuie, de plus, sur des partenariats entre domaines public, parapublic et privé pour promouvoir la destination (Offices du tourisme, Comités départementaux du tourisme, comités régionaux du tourisme, chambres de commerce et d'industrie, clubs « d'ambassadeurs » -chefs d'entreprises régionaux, prescripteurs de réunions, donneurs

Ces deux agglomérations, dynamiques, plaisantes à vivre selon leurs habitants et les media, seraient ainsi de nos jours, nonobstant leur localisation, leur taille et leur vécu fort différents, des espaces bien engagés sur les rails du paradigme de la ville « active » et, en même temps, agréable. Les décideurs appliquent, peu ou prou, des recettes similaires de tertiairisation accrue, d'internationalisation, de mise en tourisme, globalement de mise en séduction de leur territoire dans un contexte concurrentiel...

L'élan des années 1990, favorable à la mise en tourisme de Nantes, avec notamment l'érection du palais des congrès d'envergure internationale, la Cité atlantique, a ensuite été moins clairement perceptible. Actuellement, sont néanmoins lancés deux aménagements non négligeables, la construction d'une nouvelle halle au parc des expositions de la Beaujoire et l'ouverture, en 2006, d'une salle Zénith. Malgré ce, le tourisme de réunions et de congrès, notamment le secteur international de celui-ci, le plus renommé et le plus porteur de retombées, tant économiques que communicationnelles, semble moins développé qu'à Montpellier malgré la vitalité économique de Nantes et sa dimension démographique plus élevée (550.000 habitants). En effet, en termes d'accueil référencé de congrès internationaux et mondiaux, la différence est flagrante même si Nantes fait partie, à l'instar de Montpellier, de cercles prestigieux associatifs professionnels ou relatifs aux villes congressuelles internationales (ICCA –International Congress and Convention Association-EFCT – European Federation of Conference Towns...). Nantes n'apparaît pas dans les statistiques de l'UAI, ni dans le très médiatique et renommé « Top cities » ni même dans la liste des villes françaises accueillant au moins cinq congrès internationaux dans l'année, la construction de la cité des congrès (1992) ne changeant rien à la situation. Le palais des congrès et les autres équipements congressuels nantais semblent ainsi plus tournés vers des réunions de stature régionale et nationale et assurer à l'agglomération un rayonnement touristique international de moindre envergure que les structures montpelliéraines.

Outre les effets conjoncturels, deux raisons majeures de cette divergence de situation peuvent être observées. La première se fonderait sur la variété des potentiels intrinsèques des deux cités quant à l'accueil de congrès internationaux. Montpellier est plus universitaire de tradition, plus tertiaire, peut-être plus proche de réseaux de recherche internationaux, activités qui servent de terreau à l'expansion, à partir de nœuds locaux, du tourisme de réunions et de congrès. C'est également une ville du sud, localisée près de la Méditerranée, bénéficiant d'une image forte et positive, même si cet effet peut être nuancé, Nantes étant une cité historiquement reconnue à l'image touristique en relative progression. Le palais des congrès montpelliérain, le Corum, profite également de l'absence de véritable pôle congressuel de même niveau en Languedoc et dans les régions voisines (par exemple, Marseille ne possède pas de palais des congrès d'envergure) alors que le palais des congrès de La Baule concurrence directement Nantes. La deuxième raison porterait sur la volonté et le suivi qui ont accompagné et assistent encore la croissance de l'activité congressuelle languedocienne. Cette dernière se fonde sur des politiques urbaines et touristiques planifiées et étroitement coordonnées, des acteurs et partenaires (opérateurs économiques, opérateurs touristiques), et enfin, des actions de promotion complémentaires. Apparaît une relative discrétion nantaise face à des politiques d'intense médiatisation du côté montpelliérain (projets et réalisation d'Antigone, d'Odysseum, de Port Marianne...) qui renforcent la portée de l'infrastructure spécialisée en donnant aux touristes potentiels, de loisirs ou de congrès, l'envie de venir découvrir la ville par eux-mêmes...

Après l'analyse croisée de deux métropoles d'échelle régionale exprimant des désirs d'internationalisation, de mise en tourisme malgré une taille restreinte et des potentialités

d'ordre, organisateurs professionnels de congrès, agences événementielles, tourneurs de programmes culturels...)

différentes⁴⁶, voici deux métropoles aux ambitions internationales affirmées, agglomérations de taille « européenne » mais jusqu'il y a peu cantonnées à une image, pour le moins peu « touristique », Lyon et Lille.

II.2 Lyon et Lille : la quête de reconnaissance...

La capitale des Gaules, aux qualités économiques indéniables, a en effet longtemps eu une image touristique limitée, principalement fondée sur sa gastronomie, des sites historiques et sacrés (vieux Lyon, Fourvière...) et des particularités urbaines (traboules). Actuellement, le tourisme en sa globalité est considéré par les décideurs urbains comme « fondamental et structurant »⁴⁷, un des leviers du développement global de la ville, notamment depuis décembre 1998 et l'effet déclencheur de l'inscription du « plus vaste territoire urbain jamais classé par l'Unesco ⁴⁸», aux côtés de villes touristiques renommées comme Venise, Saint-Petersbourg ou Prague inscrites également au Patrimoine mondial.

Une politique d'envergure, à la fois urbaine, urbanistique et touristique, cohérente et coordonnée a été mise en place. Concernant le tourisme, des études ont été établies (Observatoire du tourisme urbain, « Mission site historique de Lyon »...), des actions programmées et réalisées via plan marketing, création de nouveaux produits et supports touristiques (Office du Tourisme...). Outre ces opérations, des projets d'envergure à implication touristique sont lancés : la refonte du musée historique de Lyon, du musée international de la marionnette (Gadagne), le schéma directeur de modernisation et d'extension de l'aéroport Lyon Saint Exupéry, le musée (science et société) des confluences, l'aquarium du grand Lyon, le Carré de la Soie (à Vaulx en Velin/Villeurbanne : loisirs, activités nautiques et culture), Lyon Confluence (vaste projet urbain sur la presqu'île de Perrache, entre Rhône et Saône, de transformation d'un lieu dédié aux industries et aux transports en un quartier du centre ville, désenclavé, avec des activités de loisirs de type multiplexe, des cafés, restaurants, un pôle tertiaire, un hôtel...)⁴⁹

Dans ce vaste « chantier », le tourisme de réunions et de congrès international fait partie du groupe d'activités les plus en phase avec la stratégie de métropolisation portée par la communauté urbaine (Grand Lyon). En effet, dans un « contexte général d'émergence politique des villes », Lyon entend jouer un rôle actif et devenir clairement, « un vrai "lieu d'influence" »⁵⁰ à l'échelle nationale et internationale, en premier lieu européenne. Outre son impact économique, le tourisme de réunions et de congrès intéresse les élus lyonnais par son effet médiatique et communicationnel. En effet, Lyon est une ville d'affaires donc de tourisme d'affaires depuis longtemps⁵¹ ; ce qui manque à sa panoplie de métropole internationale, c'est essentiellement une image et une notoriété dans des domaines alliant professionnalisme et séduction. Ainsi, les grands congrès, les méga-manifestations internationales, comme le sommet du G7 en juin 1996, pour donner un exemple

⁴⁶ Montpellier et Nantes sont membres de différents réseaux de villes, généraux ou thématiques et notamment, concernant les sujets de stratégie et de développement urbains, du réseau « Eurocités » (120 agglomérations européennes, 13 en France) qui a pour thèmes de travail et d'objectifs stratégiques affichés, « la ville pour tous » - égalité des chances, lutte contre l'exclusion...-, la « ville prospère » - croissance économique, emploi, services, sécurité- , la « ville durable » - planification environnementale et urbaine, transports intégrés...-, la « ville créative » -culture -, « participation et coopération » politiques à l'échelle européenne.

⁴⁷ JP Daclin, adjoint au rayonnement international et au tourisme in Lyon Capitale n°403, 27/11/2002.

⁴⁸ Marc Boyer, fondateur du département tourisme à l'université Lyon II in Lyon Capitale n° 231, 14/07/99.

⁴⁹cf. www.lyon-confluence.fr

⁵⁰ Idem.

⁵¹ en 2001, la part du tourisme d'affaires dans le tourisme urbain global à Lyon était de 57% contre, par exemple, 54% à Strasbourg et 52% à Bordeaux in Observatoire du Tourisme Urbain, op. cité, p. 63.

particulièrement frappant, sont de parfaites caisses de résonance des capacités de la ville à accueillir des milliers de délégués de haut niveau dans des conditions optimales et donc d'assumer des charges d'échelle internationale. Le G7⁵² a donc été précisément un test grandeur nature car le nombre de villes françaises pouvant recevoir pareil évènement est très restreint : il faut pouvoir accueillir au bas mot 6.000 personnes sur 48 heures (chefs d'état et de gouvernement, membres de la sécurité, journalistes), posséder deux aéroports relativement proches (un de réception et un de déroutement en cas de problème), un centre hospitalo-universitaire avec un bon plateau technique, 10.000 m² pour la tenue du sommet, autant pour la presse, une hôtellerie prête à faire face, ce qui est le plus difficile à assurer, théoriquement 1.000 chambres trois et quatre étoiles, le reste en deux étoiles...⁵³

Dans le cadre de sa stratégie globale d'expansion du tourisme et des activités internationales, Lyon met toutes les chances de son côté, pas à pas, de manière rationnelle⁵⁴. Le tourisme de réunions et de congrès a donc sa part dans les grands travaux menés cette décennie. Après le remplacement du vieux palais des congrès par la Cité internationale, un programme tant urbanistique que fonctionnel accompagne aujourd'hui l'ambition de la Ville d'être parmi les grandes cités internationales de congrès : la Salle 3000 en est le point d'orgue. Concernant cet amphithéâtre de 3000 places qui complète la Cité internationale et la palette des lieux de congrès du grand Lyon, le maire de Lyon, M. Collomb écrit « ...avec l'extension de l'actuel palais des congrès (...) Lyon se dote d'un espace de congrès à la mesure de son ambition internationale(...). Avec la salle 3000, l'agglomération pourra rivaliser avec Berlin, Glasgow ou encore Barcelone »⁵⁵. Lyon affiche donc de manière très claire sa stratégie, investit des réseaux variés, se donne les moyens de ses envies et arrive à des résultats indéniables. Depuis une dizaine d'années, Lyon, auparavant dans les profondeurs du classement, se situe entre la 3^e et la 5^e place française d'accueil de congrès internationaux UAI⁵⁶, ravissant donc même, plusieurs fois, la troisième marche du podium à Nice qui était, depuis plusieurs décennies, la petite troisième immuable du paysage français du tourisme de réunions et de congrès international.

Enfin, Lille. La métropole nordiste possède actuellement une image sans comparaison avec celle qui était la sienne, en matière urbaine et touristique, il y a quelques années. Cette modification d'image est passée par l'adoption d'une stratégie globale qui, à l'instar d'autres espaces urbains français prônerait le « développement par la métropolisation et l'international » par le biais de « processus visant à positionner le Grand Lille sur la carte des Métropoles en développement » (M. Brachet, 1998)⁵⁷. Dans ce contexte stratégique devenu relativement banal, la métropole lilloise possède deux points originaux. Le premier concerne l'aspect transfrontalier de la métropole, sa localisation en bordure de la Belgique, à 40 minutes de Bruxelles. Le deuxième point semble l'émulation particulièrement forte, les contacts entre acteurs privés et publics, civils et institutionnels, pour réussir à faire avancer ensemble le « projet Lille métropole ». Des raisons historiques peuvent expliquer cette coopération, notamment la tradition de paternalisme des grands patrons du nord qui s'engageaient bien au-delà de leur entreprise en participant activement à la (bonne) marche de

⁵² actuellement G8.

⁵³ Cahier des charges, Conseil de l'Union Européenne, ue.eu.int/cms3_fo/showPage.ASP?lang=fr

⁵⁴ Lyon a ainsi été la première ville de France à créer dès 1986 un bureau des congrès sur le modèle nord-américain

⁵⁵ G. Collomb, éditorial "extension congrès", in www.cite-internationale-lyon.fr

⁵⁶ par ex, 3^e en 1997, 5^e en 1998, 3^e en 1999, 4^e en 2000, 3^e en 2001, 4^e en 2003.

⁵⁷ M. Brachet *Le comité Grand Lille : nouvelle forme de gouvernance territoriale ou épiphénomène ?* in Hommes et Terres du Nord 1998/3, pp.135-142. Le « M » majuscule de « métropole » est ainsi écrit dans le texte cité...

leur territoire. Le développement local est donc affaire de tous, surtout dans une métropole et une région avec une économie en partie à relancer.

Quoi qu'il en soit, en 1993-1994, l'arrivée du TGV à Lille (gare Lille-Europe) et l'ouverture des frontières européennes ont été des accélérateurs de développement et de nombreuses actions ont été entreprises, tant publiques qu'en partenariat entre acteurs publics et privés, pour impulser, susciter, accompagner la croissance urbaine et diversifier ses modalités. Une politique urbaine d'envergure est alors lancée, entraînant des transformations urbanistiques mais aussi économiques via une série de grands projets : le site de l'Union, Eurasanté, Haute-Borne, Euratechnologie, Eurallille⁵⁸... Un schéma directeur de vaste ampleur est envisagé⁵⁹, qui regrouperait, outre les 85 communes de la communauté urbaine Lille Métropole, 27 nouvelles communes⁶⁰.

Mêlant élan collectif, observations, études, actions, il est à noter l'effet déclencheur de dynamique de la candidature de Lille aux Jeux Olympiques de 2004. Même si, après avoir évincé Lyon Rhône Alpes au niveau national, Lille n'est en 1997 pas retenue parmi le dernier groupe de métropoles en lice pour organiser ce formidable événement sportif mais aussi économique et médiatique, l'essor n'a pas été brisé. Outre la médiatisation, la notoriété en matière touristique en découlant et la reconnaissance extérieure des capacités et qualités de l'espace parmi les « métropoles qui osent et entreprennent, en sachant fédérer tous les acteurs de la Cité »⁶¹, un point important a été le sentiment d'identité, de satisfaction et de fierté qui a réuni acteurs, partenaires et habitants. Rebondissant sur l'échec des JO, le comité grand Lille, à l'origine de la candidature de la métropole lilloise aux Jeux, a embrayé sur un nouveau défi, transformé celui-ci et Lille est devenue, en 2004, une Ville Européenne de la Culture avec un impact sans précédent quant à la perception de Lille et de la région comme lieux touristiques. Du côté des décideurs, l'accompagnement de l'évènement n'a pas tardé, en direction des habitants autant que des visiteurs et des touristes : ainsi, par exemple, de nombreux bâtiments ont été mis en valeur : l'église St Maurice, les Portes de Paris et de Roubaix, l'Opéra, le rang de Beaugard, le fort de Mons en Baroeul, l'hospice d'Havré et des « Maisons Folie » sur l'agglomération ainsi que des illuminations de façades. Le centre de la ville a été le site privilégié par les organisateurs⁶² et des centaines de milliers de visiteurs et de touristes se sont pressés, français mais également originaires des pays proches (Royaume-Uni, Belgique, Allemagne)⁶³....

Concernant plus particulièrement le tourisme de réunions et de congrès, l'érection de Lille Grand Palais a accompagné le bourgeonnement de cette décennie 1993-2004. La localisation de la structure a été choisie à Euralille, cette ZAC de 110 hectares regroupant, en

⁵⁸ *Lille métropole dans tous ses états 1990-2000*, rapport de l'Agence de développement et d'urbanisme de Lille métropole, 176 pages.

⁵⁹ « C'est notre projet pour la métropole de l'an 2015 (...) Nous sommes aussi, je souhaite le souligner, restés fidèles à nos grandes ambitions initiales : la dimension européenne, l'accessibilité, la qualité, le développement et la solidarité. Avec l'adoption de ce schéma directeur nous disposons d'un document fondateur pour orienter le développement métropolitain » P. Mauroy. www.lille-metropole-2015.org/ADU/sommaire.html, cf. schéma directeur.

⁶⁰ Communauté de communes du pays de Weppes (5), communauté de communes de Carembault (6), communauté de communes de la Haute Deule (5), communauté de communes du sud Pévèlois (3), communauté de communes du pays de Pévèle (17) et Pont-à-Marcq.

⁶¹ M. Brachet, op. cité, p. 137.

⁶² I. Collin *Revalorisation du centre d'une métropole régionale touristique lors de manifestations culturelles et festives : Lille 2004, capitale européenne de la culture*, colloque « Mondes urbains du tourisme », Paris, janvier 2005.

⁶³ cf. lilletourism.com

2003, 5.800 emplois et 240 établissements⁶⁴ qui est au coeur des métamorphoses lilloises et l'image de son accession au rang de métropole européenne. Ainsi, à quelques centaines de mètres des gares Lille Flandres et Lille Europe, s'élève depuis 1994 Lille Grand Palais⁶⁵ qui combine les fonctions de congrès, d'exposition et une salle zénith. En matière de congrès, trois amphithéâtres permettent d'accueillir respectivement 300, 500, 1500 congressistes ; les zones d'expositions comptent 22.000 m² et le Zénith peut recevoir jusqu'à 5000 personnes et différentes manifestations (lancements de produits, gros congrès, spectacles...). Une extension est prévue afin d'ajuster les locaux à la demande, particulièrement en ce qui concerne les surfaces d'expositions (+ 15.000 m²) et la possibilité d'un hôtel haut de gamme d'environ 150 chambres, aménité très appréciée des organisateurs de congrès.

Tous les éléments analysés entrent en compte pour augmenter la percée du tourisme de réunions et de congrès, notamment international, dans la métropole lilloise. Urbanisme, architecture, notoriété, marketing urbain, accessibilité aisée, équipements de qualité sont des paramètres de choix d'une destination. Lille, tout en ayant sa place dans le concert des villes françaises de congrès, est pourtant encore peu connue en matière d'accueil de congrès et de réunions internationales. Elle est ainsi nommée de justesse dans les statistiques prestigieuses de l'UAI. En effet, Lille, avec sept congrès internationaux homologués, est la dernière citée des villes françaises, en dixième position, après Brest. C'est un signe encourageant, car c'est une des très rares apparitions de la métropole lilloise dans les statistiques mondiales. Effectivement, jusqu'à présent, à part la construction de Lille Grand Palais, on observe peu de politique active en faveur du tourisme de réunions et de congrès international ni de suivi franc. La situation pourrait changer. Lille métropole s'intéresse actuellement de très près au tourisme d'affaires et plus particulièrement au tourisme de réunions et de congrès, envisagé comme un prochain axe majeur de développement⁶⁶. Une étude, confiée au cabinet Détente, élabore un plan d'action. Ainsi, si une politique plus ambitieuse et des moyens sont affectés à l'activité congressuelle et, parallèlement, si la métropole sait profiter de l'impact du méga événement Lille 2004⁶⁷, des changements notables seraient à observer ces prochaines années et Lille occuper une part plus représentative de ses potentialités dans le groupe des villes internationales de congrès.

En conclusion, l'analyse de la dynamique des lieux majeurs d'accueil de congrès internationaux met en relief la place particulière et valorisante de notre pays, au deuxième rang mondial, situation favorable due essentiellement à Paris, première ville mondiale de congrès. En régions, le tourisme de réunions et de congrès haut de gamme n'est plus l'exclusif apanage des « villes traditionnelles de congrès » Strasbourg et Nice qui, pour des raisons différentes (ville « européenne » versus ville touristique de notoriété mondiale) mais solides recevaient la majeure part des congrès hors capitale. Si Strasbourg garde une deuxième place incontestée, la métropole azurienne marque parfois le pas devant une nouvelle venue ambitieuse, Lyon. La ville rhônalpine s'est en effet lancée dans une politique forte de

⁶⁴ avec 15.000 emplois prévus pour 2010.

⁶⁵ L'ancien palais des congrès, baptisé Nouveau Siècle et localisé en plein centre ville, près de la Grand Place abrite l'orchestre philharmonique et reçoit également des réunions et des colloques, par exemple les Rencontres internationales de la démocratie participative en novembre 2003.

⁶⁶ dans les principales compétences de la communauté urbaine, y compris les nouvelles compétences acquises depuis janvier 2002, trois sembleraient plus particulièrement en phase avec le tourisme et le tourisme de réunions et de congrès : aménagement et renouvellement urbain, développement économique, soutien et promotion d'événements métropolitains. La Métropole n'a, à ce jour pas la compétence tourisme, dévolue aux communes.

⁶⁷ cf. www.palmer-rae.com/culturalcapitals.htm et « The impact of cultural events on city image : Rotterdam, cultural capital of Europe 2001 », G. Richards et J. Wilson, Urban Studies, Vol. 41, n°10, 2004.

reconnaissance de son statut de métropole internationale et le tourisme de réunions et de congrès en est un des axes importants. Nous notons parallèlement la présence d'une ville que l'on n'attendrait pas à ce haut niveau, la petite Montpellier, qui tire son épingle du jeu grâce à un dynamisme et une vision stratégique et politique particulièrement développées. En prétendantes, Nantes et Lille, avec de bonnes potentialités mais des résultats qui tardent un peu, la capitale nordiste étant actuellement en bonne position pour répondre favorablement au défi et se positionner bientôt comme un lieu qui compte dans ce milieu très concurrentiel.

Il est donc difficile de nos jours de prendre des parts de marché vis-à-vis de cités déjà bien positionnées. Mais il n'existe aucun fatalisme et, avec des équipements adéquats (centre spécialisé, hôtellerie...), des choix stratégiques forts, une dynamique et une volonté sur la durée, des localités entreprenantes et médiatiquement relayées savent s'imposer.

Bibliographie

Boyer M., entretien, *Lyon Capitale* n° 231, 14/07/99.

Brachet M., Le comité Grand Lille : nouvelle forme de gouvernance territoriale ou épiphénomène ? *Hommes et Terres du Nord*, 1998/3, pp.135-142.

Collin I. *Revalorisation du centre d'une métropole régionale touristique lors de manifestations culturelles et festives : Lille 2004, capitale européenne de la culture*, colloque « Mondes urbains du tourisme », Paris, janvier 2005.

Christofle, *Tourisme de réunions et politiques urbaines*, thèse de doctorat de géographie, Université Montpellier III, 1997, 2 volumes, 747p.

Christofle S., *Recompositions territoriales : réseaux de villes/tourisme de réunions et de congrès* in Mosella, tome 26, n°3/4, 2002, pp.183-193.

Christofle S., *Dynamiques, réseaux urbains et mondialisation dans le système des réunions et des congrès internationaux*, in Netcom, vol. 17, n°1-2, 2003, pp. 71-81.

Daclin JP., entretien, *Lyon Capitale* n°403, 27/11/2002.

Dewailly J.M. & Lefort I. *Pratiques, processus et enjeux du tourisme urbain*, in Association de Science Régionale De Langue Française, XXXIXème Colloque de l'ASRDLF – Concentration et ségrégation, dynamiques et inscriptions territoriales, Lyon – 1, 2 et 3 septembre 2003.

Dubois G. & Ceron JP., Enjeux sociaux et environnementaux du développement du tourisme urbain, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°5, 2001, pp. 830-860,

Duchemin-Melot C. et Miard D. *Les retombées monétaires engendrées par les congressistes étrangers au Palais des Congrès de Paris*, Marketsoft, Paris, 1989, 90 p.

Klépandy D., Montpellier : priorité au développement économique, *Cahiers d'Espace*, n°39, 1994, pp. 69-72

Klépandy D. & Cros F., Le tourisme urbain observé depuis Montpellier, mesurer pour agir, *Cahiers d'Espace*, n°78, 2003, pp. 89-93.

Observatoire du tourisme urbain, *Le tourisme urbain dans la région lyonnaise en 2001*, Lyon, 2002, 74 p.

Lille métropole dans tous ses états 1990-2000, rapport de l'Agence de développement et d'urbanisme de Lille métropole, 2001, 176 pages

Ministère Délégué au Tourisme, Direction du Tourisme, *Les chiffres clés du tourisme en 2003*, Paris, 2004, 8 p.

Richards G. & Wilson J., The impact of cultural events on city image : Rotterdam, cultural capital of Europe 2001, *Urban Studies*, Vol. 41, n°10, 2004

Rozenblat C., Cicille P. *Les villes européennes, analyse comparative*, Paris, La Documentation Française, DATAR, 2003, 94p.

UIA-Union of International Associations, *International Meetings Statistics for the year 2003*, Bruxelles, 2004, UIA, 40 p.