

A LA FORCE DU MARKETING !

La métropole nantaise est l'un des modèles à suivre pour bon nombre de centres de congrès. Une destination qui après avoir du lutter dans les années 90 pour positionner un nouvel équipement sur un marché déjà mature, réalise aujourd'hui 20 % de son CA à l'international et remporte avec brio

de nouvelles candidatures. Un succès qui s'explique par une profonde réflexion marketing, qui s'enracine dans les réalités économiques locales, partagée par l'ensemble de l'équipe, avec Corinne Denuet, au "premier violon", en tant que Directrice Commerciale et Marketing.



Corinne Denuet

A la Cité Internationale des Congrès Nantes - Métropole, ce qui prime, c'est la réflexion et la stratégie. En quelque sorte, une marque de fabrique, qui a permis à la destination de s'imposer dans le concert des grandes candidatures internationales. Corinne Denuet, Directrice Commerciale et Marketing, explique : « Nous menons une action commerciale volontariste de façon permanente, en fonction de trois grands paramètres essentiels :

- a) Nous travaillons en relation étroite avec l'ensemble des décideurs locaux, que ce soit avec le CHU, l'Université, les Grandes Ecoles, sans oublier tous les acteurs économiques, en nous appuyant sur les pôles de compétitivité. Au quotidien, nous avons une équipe de 4 personnes, en contact avec nos leaders d'opinion, totalement convaincus de tout l'intérêt du média congrès.
- b) Lorsque nous avons identifié des projets, dans lesquels nous pouvons, le cas échéant, intervenir en tant que co-organisateur, nous réalisons une étude de faisabilité et nous portons le projet au niveau de la candidature nationale ou internationale.
- c) Lorsque Nantes est choisie,

nous nous rapprochons d'opérateurs professionnels, à qui nous confions le "bébé". Cela a été le cas avec le 1^{er} Congrès des soins infirmiers ou le Congrès de la Marine marchande. Nous nous appuyons sur notre service marketing intégré, qui peut fournir à nos interlocuteurs tous les outils personnalisés à même de défendre une candidature, ainsi que sur Atlantic Events, le Convention Bureau, qui fédère les villes de Nantes, La Baule et Saint-Nazaire. Cela permet d'élargir le territoire de notre image. Souvent pour convaincre à l'international, il faut d'abord vendre la France, puis notre région et enfin notre ville. Par ailleurs, nous capitalisons au maximum sur notre activité culturelle (Les Folles Journées notamment), pour créer des synergies avec notre politique de développement. Nous avons ainsi invité récemment 5 décideurs au Festival Juste pour Rire avec à la clef une confirmation pour un congrès. »

L'équipe de Corinne Denuet, qui a délaissé les lauriers, pour une pugnacité, qui ne se dément pas année après année, a de quoi être fière : l'exercice 2006, qui est excellent, confirme la croissance d'activité dans l'accueil de congrès. En cinq ans, le chiffre d'affaires des manifestations économiques a été multiplié par deux. 2007 sera aussi une bonne année, même si l'activité est plus concentrée sur le second semestre (élections présidentielle et législative oblige !) et 2008 s'annonce d'ores et déjà comme un très bon cru. Corinne



Denuet : « Nous avons gagné 4 grands congrès de 1 000 à 2 000 participants entre 2008 et 2011 ! » Après Anvers et Madrid, c'est en effet à Nantes que l'EAIE (European Association for International Education) a décidé d'organiser en 2010 son forum international annuel, avec 2 500 participants sur 4 jours. En mai 2009, Nantes reçoit la 38^{ème} European Marketing Academy Conference (600 pax), à l'initiative d'Audencia (Ecole de management). La Cité Internationale a été retenue pour accueillir le premier Congrès international de la logistique en novembre 2008, projet porté par l'Ecole des Mines de Nantes et le CNAM...

Nantes a désormais réussi à tirer sa carte du jeu et demain sera d'ailleurs plus facile pour l'équipe marketing de la Cité Internationale. Différents projets structurants vont en effet renforcer les atouts de la métropole du Grand ouest sur l'échiquier des événements internationaux : ouverture de nouvelles lignes aériennes directes depuis l'aéroport Nantes-Atlantique (dernières en date Barcelone et Bournemouth), programmes hôteliers 4 étoiles, construction du nouvel aéroport international Notre Dame des Landes à horizon 2012 et extension de la Cité Internationale des Congrès.

