

La ministre du Tourisme Françoise Hetto-Gaasch a présenté hier le «Meeting Point Luxembourg»

«Tourisme d'affaires: les atouts inégalables du Luxembourg»

Le Ministère des Classes moyennes et du Tourisme était présent en force hier à l'ouverture du salon Contact dans les bâtiments de Luxexpo au Kirchberg. Lors d'une conférence de presse pour la présentation officielle du manuel de vente «Meeting Point Luxembourg», édité par le Ministère du Tourisme et destiné aux opérateurs du secteur, Françoise Hetto-Gaasch, Ministre des Classes moyennes et du Tourisme, a confirmé l'intérêt tout particulier qu'elle et son ministère accordent au tourisme d'affaires, ou tourisme MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Events), pour le développement économique du Luxembourg.

La présentation officielle de ce manuel de vente a été l'occasion pour la ministre de souligner les chiffres générés par le tourisme, dont le poids économique considérable au Luxembourg est souvent sous-estimé. Actuellement, il représente 8,3% du PIB; en 2009, le secteur a employé 25.000 personnes, correspondant à 11,7% de la population active du pays. D'après une estimation de 2009, 335,9 millions d'euros ont été investis dans le tourisme, ce qui représente 5,2% du total des investissements nationaux. Les prestations en tourisme constituent 1,6% des exports du Luxembourg et les experts considèrent que ces chiffres positifs pourraient encore être augmentés jusqu'en 2020.

Un secteur en plein essor

Ces chiffres provenant du World Travel & Tourism Council (WTTC) se réfèrent à l'impact direct et indirect du tourisme traditionnel et d'affaire sans distinction. Mais une augmentation du tourisme MICE a été observée en 2010, a indiqué la ministre: 44% des nuitées nationales et 60% des nuitées dans les hôtels de la capitale ont été réalisés par des touristes d'affaires. En outre, Luxembourg Congrès et Luxembourg Convention Bureau ont enregistré une vaste augmentation des nuitées générées, de 11% respectivement 25% par rapport à 2009.

L'impact positif du tourisme MICE se fait sentir non seulement sur l'hébergement et l'événementiel, mais également sur d'autres branches de l'économie luxembour-



La ministre du Tourisme Françoise Hetto-Gaasch (à d.) et ses conseillers ont su convaincre le public

Photo: F. Aussems

geoise. La raison en est que les touristes d'affaires dépensent 2,5 à 3 fois plus d'argent que les touristes «classiques», dit Françoise Hetto-Gaasch.

Les atouts luxembourgeois

Les atouts luxembourgeois en matière de tourisme MICE vont faire en sorte que le Grand-Duché sera peu ou prou affecté par la concurrence accrue de la part d'autres villes de la Grande Région. Situé stratégiquement au cœur de l'Europe, le Luxembourg est une destination facilement accessible pour tous les européens. Les infrastructures de qualité, dans la capitale ou dans les autres régions du pays, permettent d'organiser des événements sur mesure. Les courtes distances représentent un atout supplémentaire: au Luxembourg, on ne perd pas de temps à cause de longs trajets.

En outre, pour la ministre, «les récents événements dans des pays méditerranéens font apprécier davantage la stabilité politique, la sécurité des personnes et des biens qui règnent au Luxembourg, la capitale la plus sûre d'Europe».

Le Luxembourg est non seulement un acteur économique de renommée internationale, mais également une «capitale européenne» où siègent plusieurs institutions européennes et qui possède des richesses culturelles et naturelles, paysages, châteaux his-

toriques, fortifications, musées, dont certaines comptent parmi l'héritage culturel mondial de l'UNESCO. À tout cela s'ajoute le caractère multiculturel et multilingue inégalable de notre pays. Des habitants originaires de plus de 150 nations vivent aujourd'hui au Luxembourg. Au fil du temps, ces différences ont largement influencé le pays et ont été intégrées dans la culture, l'art, la gastronomie et le sport.

Apprendre des meilleurs

Après sa conférence de presse et une visite officielle du salon, Françoise Hetto-Gaasch a tenu une allocution publique suivie d'une conférence de John Gregory Conceicao, Directeur pour l'Europe du Singapore Tourism Board. Ce dernier, en parlant sur la politique du tourisme d'affaires du Singapour a signalé les éléments qui ont fait que son pays devienne le plus performant au monde en termes de MICE.

Singapour est minuscule, il s'étend sur une surface équivalente à un quart de celle du Luxembourg, mais il abrite 5 millions d'habitants. Après son indépendance de la Malaisie, ce pays est devenu une vitrine incontournable au sein d'une région de 550 millions d'habitants. Sa position géographique, ses échanges avec ses voisins asiatiques et les millions de touristes et d'hommes d'affaires qui le visitent annuellement, expliquent pour-

quoi Singapour ait misé sur le tourisme MICE.

La croissance de ce secteur a été impressionnante, 11,6 millions de personnes ont visité Singapour en 2010, ce chiffre s'élevant à 20 millions si l'on inclut les visiteurs provenant de Malaisie. John Gregory Conceicao explique que 30% d'entre eux sont des touristes MICE, qui contribuent pour 40% aux recettes du tourisme du Singapour.

L'orateur explique encore que ce succès n'est nullement le fruit du hasard, mais qu'il a été planifié avec soin. Les clés en sont l'accès stratégique au cœur de l'Asie, l'excellence des infrastructures MICE, la recherche de sujets innovants, «l'organisation d'événements énormes» et, surtout, le travail en commun de toutes les instances économiquement actives du pays pour bénéficier des synergies. Un exemple explique l'essor du «tigre» de l'Asie: menacé par le puissant voisin de se voir couper l'accès à l'eau, Singapour a développé des technologies pour son besoin d'indépendance hydrique. En 2008, grâce au savoir faire acquis, la première «Singapore International Water Week» a été organisée, avec 85 pays participants. En 2010, grâce aux «efforts synergiques» ils étaient plus de 110 pays à participer.

> cc

➤ Pour approfondir:
www.contact-ene.lu/
www.mdt.public.lu/fr/index.html
www.wttc.org/w