

# Un poids lourd économique

La promotion du tourisme d'affaires au Luxembourg figure dans l'actualité du ministre des Classes moyennes et du Tourisme, Françoise Hetto-Gaasch. Elle l'a dit hier lors de l'inauguration du salon «Contact», et a présenté un nouvel outil, le manuel des ventes «*Meeting Point Luxembourg*».

■ Le secteur du tourisme représente un poids économique considérable pour le Luxembourg: il pèse actuellement 8,3 % du PIB et le secteur employait 25.000 personnes en 2009, soit 11,7 % de la population active du pays. D'après une estimation, quelque 335,9 millions d'euros ont été investis en 2009 dans le tourisme, ce qui représente 5,2 % du total des investissements nationaux.

Une augmentation considérable de l'activité a pu être observée en 2010 en ce qui concerne le secteur du tourisme MICE (voir

l'encadré), 44 % des nuitées nationales et 60 % des nuitées dans les hôtels de la capitale, ont été réalisées par des touristes d'affaires, selon le ministre. Luxembourg Congrès (+ 11 %) et Luxembourg Convention Bureau (+ 25 %) ont enregistré une augmentation considérable des nuitées générées en 2010 par rapport à 2009.

De plus le secteur MICE a un impact positif, non seulement sur l'hébergement et l'événementiel, mais également sur d'autres branches de l'économie luxembourgeoise. Dans la mesure où cette catégorie de touristes dépense 2,5 à 3 fois plus d'argent que les touristes «classiques», des entreprises et commerces qui ne sont pas directement liés au secteur du tourisme bénéficient également de ces habitudes de consommation.

«L'édition du manuel de vente *Meeting Point Luxembourg* souligne l'importance croissante du tourisme en matière de MICE», a indiqué Françoise Hetto-Gaasch, hier en présentant la brochure. Ce



John Gregory Conceicao (Photo: G. Jallay)

nouveau manuel de vente s'inscrit parfaitement dans la politique de communication mise en place par le ministère du Tourisme depuis 2010, à savoir axer la promotion touristique du Luxembourg sur des thèmes précis.

«Ce magazine s'adresse à tous les organisateurs professionnels d'événements MICE. Il a l'objectif de valoriser les atouts du Grand-Duché auprès des professionnels étrangers afin de les attirer au Luxembourg, mais également de promouvoir notre excellence offre auprès des acteurs nationaux afin d'encourager l'organisation d'événements MICE au sein de notre territoire», a expliqué le ministre.

Le nouveau manuel de vente, fort de 96 pages, est entièrement rédigé en anglais et sera distribué au public cible (organisateur d'événements MICE du secteur privé, public et associatif) lors de foires et *workshops* spécialisés à l'étranger.

## L'exemple de Singapour

A titre d'exemple, lors de l'inauguration du salon «Contact» hier, l'office du tourisme de Singapour a présenté sa façon d'aborder le tourisme qui génère annuellement 18,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 11,6 millions de visiteurs qui débarquent dans

un territoire d'une superficie du quart de celle du Grand-Duché. Le tourisme MICE, qui représente 30 % des visiteurs et 40 % du chiffre d'affaires du secteur du tourisme, est considéré comme une priorité à Singapour et figure comme élément prépondérant et déterminant dans la conception et la réalisation des nouveaux concepts.

«En outre chaque événement MICE est préparé et traité de façon «unique», a indiqué John Gregory Conceicao, *director for Europe Singapore Tourism Board*. Un exemple à suivre au Luxembourg?

■ Gérard Karas

MICE est l'acronyme pour «Meetings, Incentives, Conventions, Events» (réunions, incitations, congrès, événements). C'est ce qu'on appelle en général le tourisme d'affaires: des entreprises ou institutions qui organisent des événements en dehors de leur cadre habituel.