

VOYAGES & STRATÉGIE

www.voyages-strategie.com

N°192 - FÉV.-MARS 2017 - 13€

Le magazine de référence de la meeting industry

ACTION PAYS

Madère

*La vraie nature
de l'Atlantique*

STRATÉGIE

Parcs de loisirs

*Un terrain de jeu
pour les entreprises*

MAROC

Entre terres et océan

Noctis s'ancre un peu plus dans l'événementiel

Avec près de 800 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 65 M€ en 2016, en croissance annuelle moyenne de 29%, le groupe Noctis se positionne de plus en plus comme un acteur incontournable de l'événementiel en France.

Créé en 2008, il a désormais à son actif 31 lieux de réception entièrement modulables et privatisables, dont quelques salles mythiques comme le YOYO Palais de Tokyo, le Castel ou encore le Queen. Grâce à ces acquisitions, la part de l'événementiel dans le chiffre d'affaires du groupe est passée de 29% à 70% entre 2012 et 2015. Noctis ne compte pas s'arrêter là... Le groupe axe sa stratégie de croissance sur le développement de ses marques à l'international, sur la création d'un pôle de restauration haut de gamme et sur l'acquisition de nouveaux lieux emblématiques. Plusieurs ouvertures sont annoncées pour cette année, dont le Domaine de Longchamp dès le mois de mars, un parc de trois hectares et un château exploités en partenariat avec la Fondation GoodPlanet présidée par Yann Arthus-Bertrand. Suivront au mois de mai, le Dernier Étage, un nouvel espace événementiel atypique de 1000 m² situé place de Clichy; puis dès cet automne le restaurant Girafe au sein de la Cité de l'Architecture et du Patrimoine, et la salle Electric située Hall 7 du parc des expositions de Paris.



La Côte d'Azur devient une marque

Annoncée lors des premières Rencontres Départementales du Tourisme Azuréen en décembre 2015, la nouvelle marque territoriale Côte d'Azur France est née un an plus tard, et son animation est placée sous le pilotage du Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur. Elle vise à promouvoir la destination à l'international et à créer de nouveaux flux touristiques, autour des événements sportifs, culturels et rencontres professionnelles. Chaque

année, plus de 6000 manifestations sont organisées sur la Côte d'Azur. Pour porter cette nouvelle marque au travers d'Atout France, le gouvernement a débloqué un million d'euros. Cette initiative va permettre d'affecter un total de 2,30 M€ à la promotion du territoire azuréen. Ces moyens vont permettre d'amplifier les opérations engagées par les partenaires azuréens depuis l'été 2016 autour du #CotedAzurNow, au travers de nouvelles actions conjointes tout au long de l'année 2017. Un nouveau site grand public, pensé afin d'optimiser l'expérience client et utilisateur, va également être mis en ligne. Il permettra notamment d'agrèger de manière agile l'ensemble des univers de la région, dans un esprit de séduction et de captation aux couleurs de la marque: loisirs, MICE, événementiels ou encore séjours.



En bref

■ Un nouveau village à Bercy

Douze acteurs du tourisme d'affaires et de loisirs installés à Paris-Bercy, dotés de 70 espaces de séminaires, 22 amphithéâtres et 1 800 chambres d'hôtels, se sont regroupés pour donner naissance à un nouveau «village» parisien visant à mieux séduire les entreprises, baptisé Destination Paris Bercy.



■ Le MICE au secours de Paris

L'Observatoire de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris estime à 6% la baisse des arrivées hôtelières dans le Grand Paris sur l'année 2016 par rapport à 2015. Avec une croissance de 28% du nombre de nuitées hôtelières entre janvier et septembre 2016, le tourisme d'affaires a soutenu l'activité, alors que le tourisme de loisirs était à la peine.

■ Deux hôtels rénovés à Nantes

Classé patrimoine du XX^e siècle, l'Hôtel La Pérouse à Nantes vient de subir une rénovation de ses parties communes et de ses 46 chambres, conçues comme les cabines d'un paquebot. Dans un autre style, le Mercure Centre Gare a transformé son lobby en un espace EasyWork pour accueillir les réunions, les événements et les voyageurs nomades.

