

## LETTRE D'INFORMATION TRIMESTRIELLE N° 5 1er TRIMESTRE 2010

### Édito

Madame, Monsieur,

La Feuille de Route version 2010, année deux de sa mise en route, donne le ton.

Plus de 220 actions sur les marchés ont été orchestrées depuis le 1er janvier dernier.

L'ambition de la Feuille de Route en 2010 c'est de saisir l'opportunité du changement pour renforcer nos atouts et optimiser notre visibilité dans le monde, sur nos marchés émetteurs, traditionnels et émergents au profit de nos principaux segments de clients, fidèles et prospects.

L'année deux de notre Feuille de Route sera passionnante car elle recèle de nouvelles opportunités. Nous allons par exemple pouvoir renforcer l'action de la Société d'Exploitation des Ports dans le domaine de la croisière grâce à l'étude réalisée par le cabinet GP Wild ou encore dynamiser l'offre « Passeport pour Monte Carlo » en migrant des brochures des tour operators au monde digital.

La Feuille de Route est notre meilleure arme de sortie de crise. Elle est également notre meilleur outil pour préparer l'avenir, pour conquérir sans cesse de nouvelles clientèles.

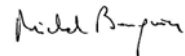
La Feuille de Route favorise l'innovation. Elle encourage la créativité indispensable pour faire face à la concurrence toujours plus agressive.

Enfin la Feuille de Route prouve son efficacité en regroupant les acteurs de l'industrie touristique de la Principauté autour d'un objectif commun.

Cette 5ème lettre d'information démontre à nouveau que le regroupement des forces est sans aucun doute son principal atout.

Bonne lecture.

Bien cordialement,



Michel BOUQUIER  
[mbouquier@gouv.mc](mailto:mbouquier@gouv.mc)

Mars 2010

## OBJECTIF A

## DEVENIR LA RÉFÉRENCE EN MATIÈRE DE TOURISME RESPONSABLE

### Orientation 1 - Accompagner la Fondation Prince Albert II dans son développement

- 1.1 Sensibiliser une cible très sélectionnée de clientèles (individuelle et tourisme d'affaires) via la mise en place de partenariats.
- Participation, le 9 mars à une réunion au Yacht Club de Monaco avec le Fondation Prince Albert II afin de prendre connaissance du projet « Planet Solar », bateau devant effectuer le tour du monde à l'énergie solaire. Une demande de partenariat est à l'étude afin d'accueillir éventuellement l'arrivée du bateau en Principauté.
  - Le Bureau de New-York a approché TESLA Motors afin de forger un éventuel partenariat avec la FPA<sup>2</sup> et leur bureau.  
- *Newsletter sur les véhicules Tesla* <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-voitures-electriques-Tesla-s-installent-a-Monaco>

1.2 Développer une stratégie de communication avec la Fondation à destination des organisateurs de manifestations de tourisme d'affaires.

Mise en œuvre avec la FPA<sup>2</sup> d'un outil performant pour les professionnels du tourisme désireux de limiter leur empreinte carbone : le « Monaco Carbone Ofsetting ». Cet outil sera proposé systématiquement aux organisateurs de congrès et séminaires ainsi qu'aux Tour operators pour les passages hélicoptère. La Fondation Prince Albert II a édité une brochure dans ce sens et ce projet commun ouvert à tous les partenaires du tourisme autour de la Fondation a fait l'objet d'une réunion préalable.

Orientation 2 - Coordonner les actions pouvant être entreprises conjointement avec les partenaires du tourisme sur la base des engagements de la Principauté pour combattre le réchauffement climatique.

2.1 Créer une cellule de coordination au sein de la DTC afin de recueillir régulièrement les actions entreprises et en préparation.

La cellule de coordination du tourisme responsable se réunit mensuellement avec les responsables de différentes divisions de la DTC afin de réfléchir à la mise en place de mesures marquantes.

2.2 Sélectionner les mesures les plus marquantes, pour intégration dans la stratégie de communication de la DTC.

Mesures marquantes évoquées lors des réunions de la cellule réflexion :

- Mise en place d'un questionnaire afin de labelliser les acteurs touristiques monégasques en collaboration avec la Direction de l'Environnement (Ce questionnaire a été présenté aux partenaires hôteliers lors d'une réunion en janvier 2010).
- Rédaction d'un texte de présentation « référence en matière de Tourisme Responsable », spécifique pour le Tourisme d'Affaires
- Mise en place de formations spécifiques tri sélectif pour l'ensemble du personnel de la DTC, en collaboration avec la SMA.
- Création d'une rubrique « Tourisme responsable » pour le nouveau site de la Direction du Tourisme : <http://www.visitmonaco.com/fr/Monaco-Pratique/Tourisme-Responsable>
- Recensement des restaurants proposant des produits « bio » ou locaux en Principauté.
- Diffusion à l'interne du « Guide de l'Agent Ecoresponsable » édité par la Direction de l'environnement.

Le Bureau de New York a édité un communiqué de presse spécifique (le 27 janvier 2010) destiné à la presse professionnelle sur : 2010 l'année de la Biodiversité.

- Publication d'une newsletter sur le bateau bus, moyen de transport écologique.  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-bateau-bus-de-Monaco-un-succes-pour-l-ecologie-Monegasque>

## CONSOLIDER LES RÉSULTATS ACQUIS TOUT EN SÉDUISANT DE NOUVELLES CLIENTÈLES

Orientation 4 - Développer une campagne fédératrice de communication et de relations publiques.

4.1 Analyser résultats de fréquentation et identifier les segments porteurs des marchés prioritaires : France, Grande-Bretagne, Italie, USA, Japon, Allemagne.

Le Plan d'action 2<sup>ème</sup> semestre 2010 a été communiqué le 15 mars à la DTC et a permis d'identifier les nouveaux secteurs qui seront approchés en priorité sur nos différents marchés cette année.

- Le **Bureau de Représentation en Grande Bretagne** concentrera une grande partie de ses efforts dans le tourisme de loisir, et dans la fidélisation de sa clientèle en intensifiant notamment sa collaboration auprès des TO passeport Thomas Cook et Kirker et par la programmation d'une opération phare le 29 septembre 2010 « Monaco Comes to London » ouvert à tous les segments de clientèle.
- Le **marché français** - Suite au lancement d'un appel d'offres fin 2009, une nouvelle agence de marketing a été recrutée sur le marché français afin de nous assister dans la promotion de Monaco en tant que Destination Tourisme d'affaires. Cette nouvelle agence « Interface Tourism » a pris ses fonctions le 25 mars 2010 et organisera des sales blitz, une opération Destination Monaco et des petits déjeuners de présentation.
- Le **Bureau de Hanovre** continuera à programmer les opérations ayant remporté un franc succès en 2010, telles que les workshops tourisme d'affaires, très prisés sur ce marché. La collaboration avec les tour operators Dertour et Airtour permettra de se positionner dans le secteur du tourisme de loisir.
- Le **Marché Italien** programme de très belles opérations « Destination Monaco » en collaboration avec les Consuls de la Principauté. Ces opérations remportent un énorme succès sur ce marché et permettent de cibler une clientèle haut de gamme, d'industriels et chefs d'entreprise.
- Les **Etats Unis** capitaliseront sur les grands événements se déroulant en Principauté cette année (**Centenaire du Musée Océanographique, 50<sup>ème</sup> anniversaire du Festival de télévision**). La communication et les opérations de relations publiques seront intensifiées à travers la publication de newsletters, communiqués de presse et de l'utilisation des outils de nouvelles technologies tels que le Monaco Guide pour Iphone, Facebook et Twitter. La mise en place de Webinars renforcera le segment du tourisme de loisir.
- Le **Bureau de Représentation à Tokyo** organisera notamment une opération « Japan Mission » en avril pour les différents segments et la presse professionnelle, permettant de positionner la Destination sur le marché nippon. Le Bureau intensifiera ses efforts de communication afin d'augmenter la visibilité de la destination.

#### 4.2 Analyser les résultats de fréquentation et identifier les segments porteurs des marchés déjà ouverts : Chine, Inde, Australie, Asie du Sud-Est, Moyen Orient.

La Direction du Tourisme et des Congrès a ouvert, le 1<sup>er</sup> janvier 2010 4 nouvelles antennes de représentation à New Delhi, Moscou, Sydney et Dubai, représentant un potentiel indéniable pour notre destination, notamment dans la recherche d'un tourisme exclusif et de « niche ».

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/4-nouveaux-bureaux-a-l-etranger-pour-la-Direction-du-Tourisme-et-des-Congres-de-Monaco>

Les représentants de ces nouveaux marchés se sont rendus en Principauté du 21 au 27 février afin de découvrir notre destination et de participer à leur première Conférence Annuelle des Bureaux de Représentation à l'Étranger.

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/La-Direction-du-Tourisme-et-des-Congres-de-Monaco-reunit-ses-bureaux-et-lance-son-nouveau-site-Internet>

- Le **Bureau de Représentation à Shanghai**, capitalisera principalement sur l'Exposition Universelle à Shanghai du 1<sup>er</sup> mai au 30 octobre 2010 et articulera son plan d'actions autour de la promotion de la destination sur les différents secteurs (Loisirs, Affaires et Médias) dans le cadre de cette exposition et de l'organisation d'une tournée le 2<sup>ème</sup> semestre 2010.

### REGROUPER LES FORCES

#### 4.3 Optimiser partenariats existants pour lancement nouvelles opérations ponctuelles.

- Partenaires monégasques - Les hôteliers, Grimaldi Forum Monaco, Agences réceptives et Chambre de Développement Economique sont présents sur la majorité des opérations de promotion de la DTC et ses bureaux de représentation à l'étranger.
- Les Bureaux de Représentation à l'Étranger sont amenés à forger des partenariats sur leurs marchés respectifs :
  - Le **Bureau de Tokyo** a pris l'attache de Lufthansa Tokyo afin d'établir un partenariat dans le cadre de la promotion du nouveau A380 dont la mise en service aura lieu à l'été 2010. Des échanges sont également en cours auprès de **Virgin Atlantic Airways** afin de forger un partenariat dans le cadre de l'organisation d'éductours japonais. Le **Bureau de Tokyo** a également organisé un eductour en février 2010 en partenariat avec **Air France Osaka** dans le cadre du lancement de la classe « Premium Voyageur » Osaka-Paris.
  - Le **Bureau de Hanovre** a établi des contacts avec Air Berlin en vue d'établir un partenariat pour l'organisation des eductours en provenance de l'Allemagne

### LANCER UNE NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES

#### 4.4 Lancer un plan de communication innovant sur Internet (web 2.0)

Le 24 février 2010 la Direction du Tourisme a inauguré son nouveau site Internet lors d'une présentation à l'Auditorium Rainier III en présence du Conseiller de Gouvernement pour les Finances et l'Economie, de 200 partenaires monégasques, professionnels du tourisme et journalistes.

[www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

Ce site inclus une nouvelle fonction appelée « MY MONACO » et permettant de créer son propre environnement personnalisé selon ses goûts et de simuler un séjour type entièrement personnalisable. <http://www.visitmonaco.com/fr/user/register>

Un nouvelle rubrique entièrement dédiée aux familles et aux enfants a également vu le jour :

<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Une-nouvelle-rubrique-sur-visitmonaco.com-aussi-pour-les-enfants-et-les-familles>

4.7 **Consolider la publicité dans la presse professionnelle incluant les suppléments annuels exclusifs à la Destination Monaco.**

Une campagne d'affichage dans les aéroports a été programmée ce premier trimestre 2010, comme suit :

- France - **Aéroports d'Orly et CDG** - Campagne de 14 jours du 25 février au 10 mars
- Italie – **Aéroport de Rome Fiumicino** du 1er au 28 mars
- Allemagne – **Aéroport de Francfort** – 14 jours du 16 au 29 mars
- Grande-Bretagne – **Aéroports de Heathrow et Gatwick** 14 jours du 15 au 28 mars 2010

Différentes insertions dans *Il Secolo XIX* (édition : Impéria / San Remo + Savona) ont également été programmées les 7-14-21-28 janvier, 4-11-18-25 février et 4-11-18-25 mars.

4.8 **Programmer les accueils de journalistes à Monaco selon les marchés et les segments cibles.**

- Anthony Peregrine Simonseeks.com - du 4 au 6 janvier - Grande Bretagne
- Rainbow Color TV (3 pax) - du 10 au 15 janvier - Japon
- ICS Télé - du 1er au 7 février (7 pax) - Chine
- Eductour Allemand - presse spécialisée dans les SPAS - du 10 au 12 février
- Où Magazine - du 11 au 13 février
- The Guardian - du 12 au 14 février (7 pax)- Grande Bretagne
- Julien Hirsinger, magazine « Voyage d'affaires » - du 22 et 23 février - France
- Philippe Chauveau de « Web Tv Tourisme » (3 pax) du 27 février au 3 mars - France
- "25 ans" magazine japonais du 17 au 22 mars
- "Men's Club" magazine japonais du 19 au 24 mars
- Runners World magazine allemand du 20 au 22 mars

Suite à l'accueil en Principauté de « hall TV » la promotion de la Destination Monaco a été faite sur le site <http://www.worldclass.je/Monaco.html> entièrement dédiée aux destinations d'exception.

(Voir point 14.3.12- accueils dans le cadre du Centenaire du Musée Océanographique)

4.9 **Créer une nouvelle ligne de dossiers de presse tant dans la forme que dans le contenu.**

La nouvelle édition du supplément « Monaco une Saison d'Art et d'Evénements », parue le 20 mars dernier a été traduite en anglais et peut être personnalisée comme dossier de presse pour les différentes conférences de presse, dont ITB Berlin le 10 mars 2010.

Une version téléchargeable en ligne est disponible sur le nouveau site [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

Orientation 5 - Relancer la saison hivernale

**LANCER UNE MARQUE UNIQUE REGROUPANT L'ENSEMBLE DES  
INITIATIVES VISANT A RELANCER LA SAISON HIVERNALE**

**HIERARCHISER LES MARCHES**

5.1 **Poursuivre collaboration avec Atout France sur le reste de l'Europe.**

3 eductours ont été réalisés directement en relation avec **Atout France** ce premier trimestre :

- 26-27 mars : « Pré-tour Côte d'Azur Exclusive Rendez-Vous France » en collaboration avec le CRT de Nice -15 agents de voyages participant au « Rendez Vous France » en provenance de Corée, Brésil, Australie, Singapour, Thaïlande et Malaisie

- 28 mars - **Accueil des membres du Conseil Consultatif International d'Atout France** en collaboration avec le CRT de Nice - Déjeuner et présentation au Salon Bellevue du Café de Paris en présence des partenaires hôteliers (100 pax (agences, TO, journalistes, hébergeurs, hosted buyers)
- 1-3 avril éducteur « **Post-tour Rendez-Vous France Proche et Moyen Orient** » en collaboration directe avec Atout France Dubaï (15 agences en provenance des Emirats Arabes, Koweït, Liban et Arabie Saoudite)
- Le Vendredi 26 mars la Direction du Tourisme a signé une convention avec le CRT Nice Côte d'Azur (protocole d'accord pour opérations en commun et collaboration commune sur l'enquête de satisfaction - voir point 16.6.2)
- Diverses opérations sur nos marchés extérieurs ont lieu en collaboration avec Atout France (voir point 6.5.1 et opérations et 11.2 opérations Monaco Private Label)

## 5.2 Développer la mise en marché de nouvelles offres adaptées.

- Le **Bureau de Hanovre** a effectué la promotion de la saison hivernale par une insertion dans la brochure envoyée aux membres de Diner's club (55 000 détenteurs de la carte en Allemagne et 25 000 en Suisse), en collaboration avec le Métropole Monte-Carlo et le Fairmont Monte-Carlo.
- Le **Bureau de New York** mettra en place des Webinars "Sell Up, sell Monaco!" à destination des agents de voyage de New York, New Jersey, Philadelphie et Washington. Ces webinars auront pour vocation de présenter la destination aux agents qui ne la connaissent pas mais aussi de présenter les nouveautés, les événements 2010, etc.

## DEFINIR LES SEGMENTS DE CLIENTELES

### 5.3 Lancer une nouvelle campagne de relations publiques.

5.6.1 Développer des dossiers de presse adaptés pour chaque ligne de produits « Monaco Winter Experience ».  
Voir point 4.9

5.6.2 Concevoir des conférences de presse sur les marchés cibles et des envois réguliers de communiqués de presse (papier et électronique).

- Zurich et Genève les 12 et 13 janvier - Une trentaine de journalistes dans chaque ville  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco-en-Suisse-tournee-annuelle>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco-la-destination-cherie-des-Suisses>
- Athènes 4 février - 40 journalistes  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/La-Grece-accueille-pour-la-premiere-fois-la-Direction-du-Tourisme-et-des-Congres-de-Monaco>
- Afrique du Sud du 15 au 19 février (30 journalistes à Cape Town et 33 journalistes à Johannesburg) - partenaire présent **Incentive Concept**  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco%2C-Afrique-du-Sud%2C-de-belles-perspectives>
- ITB Berlin le 10 mars - 60 journalistes présents - Partenaires : **Grimaldi Forum Monaco**  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco-au-salon-ITB-de-Berlin>

## 5.7 Mettre sur pied un plan d'actions orientées sur une sélection d'intermédiaires Loisir.

- Le Bureau de Hanovre a organisé en janvier une présentation pour 17 vendeurs American Express avec le Méridien Beach Plaza
- Participation du Bureau de Hanovre au Starwood München Showcase en février.
- Le Bureau de Shanghai a présenté la destination à 15 détenteurs de la carte gold et platinum lors d'une soirée organisée par Air France.
- Le Bureau de Shanghai a présenté la destination à 50 VIP dans le cadre d'une soirée organisée par l'agence Diadema à Guangzhou.

### LES TOUR OPERATORS « PASSEPORT »

#### 5.7.1 Grâce à de longues et solides relations commerciales existantes, la DTC et ses représentations à l'étranger approcheront individuellement chaque tour operator « Passeport » afin d'optimiser la promotion et les ventes des forfaits d'ores et déjà en marché.

- Le Bureau de Londres a organisé le 20 janvier une réception champagne pour 31 vendeurs de la Destination Monaco auprès du nouveau tour operator Passeport « Kirker » et a lancé un incentive de deux jours en Principauté pour le meilleur vendeur du produit Monaco
- Le Bureau de Londres a organisé le 26 mars un Showcase Thomas Cook à Peterborough - Présentation des hôtels chez Cresta et auprès de 3 groupes de 10 vendeurs, ainsi qu'une réception champagne le 18 mars pour 30 pax du groupe Thomas Cook. Partenaires : Fairmont Monte-Carlo, Monte-carlo SBM, Columbus Monaco et Méridien Beach Plaza.
- Le Bureau de Hanovre a organisé en étroite collaboration avec la DTC, la venue en Principauté des 11 meilleurs vendeurs du TO Passeport « Dertour » à München et Nürnberg du 5 au 7 mars.

#### 5.7.2 Recherche de nouveaux partenaires tour operators Passeport :

Le 1<sup>er</sup> janvier 2010 le tour operator belge « exclusive Destinations » a bénéficié de l'accréditation « Passeport pour Monte-Carlo ».

### LES ORGANISATEURS DE VOYAGES SPECIALISES

#### 5.7.8 Poursuivre la programmation des salons grand public et salons Tourisme de Loisir.

- ITB Berlin du 9 au 10 mars 2010 - Stand et organisation d'une réception champagne et d'une conférence de presse pour 60 journalistes. Partenaires présent : Héli Air Monaco, Méridien Beach Plaza, Columbus Monaco, Grimaldi Forum Monaco.  
<http://visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Monaco-au-salon-ITB-de-Berlin>
- Le Bureau de New York a participé à la Educational Travel Conference à la Nouvelle Orléans du 18 au 21 février (1500 agents de voyages et tour operators)
- Le Bureau de Dubai a participé au salon GIBTM à Abu Dhabi du 29 au 31 mars.
- Le Bureau de Milan a participé du 18 au 21 février au salon BIT à Milan - participation du Fairmont Monte-Carlo et du Port Palace.

## ASSOCIATIONS

5.8.2 Identifier les Associations représentant des cibles potentielles pour la tenue d'un congrès à Monaco et lancer une campagne adaptée.

- Le Bureau de Londres a finalisé la qualification de la base de données « Associations » sur son marché - celle-ci regroupe 3320 contacts.

5.9 Mettre en place une véritable « politique produits » Tourisme d'Affaires.

- La Direction du Tourisme vient d'éditer une toute nouvelle brochure d'offres commerciales destinée aux organisateurs d'Incentives « Monaco Incentive & Convention Experience
- Lancement de la toute première MICE Newsletter, le 24 février 2010 - cette newsletter électronique est adressée mensuellement aux différents contacts tourisme d'affaires de la Direction du Tourisme et de ses Bureaux de Représentation à l'Étranger. Elle est disponible en français, anglais, russe, japonais et chinois selon les marchés auxquelles elle s'adresse.  
<http://news.visitmonaco.com/RenderMice.aspx?NewsletterId=5&LangueId=1&ContactId=2821>

## SPA / REMISE EN FORME

5.9.1 Forger des partenariats avec les acteurs de l'industrie de la remise en forme, du bien-être et des spas : médias, tours operators, site Internet spécialisés.

- Accueil d'un Eductour organisé par le Bureau de Hanovre comprenant 5 journalistes spécialisés dans le thème du bien-être et des spas - 10 au 12 février

5.9.2 Développer une campagne de communication ciblée basée sur internet (e-mailings, newsletters...)

- Le Bureau de Tokyo a diffusé un communiqué de presse sur le thème « LUXURY Spa in Monaco » à 547 journalistes, au mois de février
- Le Bureau de New York a publié un article dans « France Today » édition du mois de février sur le nouveau Willow Stream Spa du Fairmont Monte-Carlo

5.9.3 Renforcer les partenariats avec les Rolex Masters Series Monte-Carlo.

- Publication de deux newsletters sur les prochains Rolex Masters qui se dérouleront du 16 au 19 avril au Monte-Carlo Country Club  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-Rolex-Masters-Monaco-une-saison-pleine-de-promesse>
- Monaco à l'heure du Monte-Carlo Rolex Master  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco-à-l'heure-du-Monte-Carlo-Rolex-Master>

## ART DE VIVRE, GASTRONOMIE

5.9.11 Capitaliser sur l'image bien établie de Monaco pour lancer de nouvelles propositions en terme d'art de vivre et de gastronomie à destination des publics ciblés.

Mise en ligne de 6 newsletters sur les restaurants gastronomiques de la Principauté et 14 offres dans la rubrique « Enchante-moi Monaco » sur [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

- Au restaurant Mandarine de Monaco, une cuisine respectueuse du monde marin  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Au-restaurant-Mandarine-de-Monaco,-une-cuisine-respectueuse-du-monde-marin>
- A Monaco, Goûtez à la Mandarine Pressée du Port Palace  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/A-Monaco,-Goûtez-à-la-Mandarine-Pressée-du-Port-Palace>

- Participation du Chef du restaurant Mandarin à un atelier sur les défis de la cuisine moderne à Cuba <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Voyage-saveurs-a-Cuba-pour-le-Chef-de-la-Mandarine-a-Monaco>
- Brunch musicaux (Monte-Carlo SBM - Opéra de Monte-Carlo) <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Brunchs-musicaux-par-Monte-Carlo-SBM>
- Terroir alsacien au Monte-Carlo Beach <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Terroir-d-Alsace-au-Menu-du-Monte-Carlo-Beach>
- Yoshi - Obtention d'une étoile au guide Michelin <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Yoshi-a-Monaco-de-Joel-Robuchon-obtient-une-etoile-au-Guide-Michelin>
- Le Bureau de New York a procédé à l'édition de cartes postales avec recettes culinaires monégasques « Recipes from Monaco » afin de promouvoir la gastronomie locale.

#### 5.9.13 Créer un programme de Cours de cuisine avec dégustation en partenariat avec les principaux hôtels de la Principauté.

Une newsletter a été publiée sur l'offre disponible au Méridien Beach Plaza, ainsi qu'une offre commerciale en ligne sur « Enchante moi Monaco » - disponible sur [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

Les cours de cuisine du Monte Carlo Beach <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-cours-de-cuisine-du-Monte-Carlo-Beach>

#### 5.9.14 Animer des compétitions de cocktails « Bar Flying ».

Le Flair ou Freestyle Bartending, c'est l'art de jongler, tourner et jouer avec les bouteilles, verres, glaçons et autres instruments de bar afin de créer un cocktail et ce, pour le plus grand plaisir des consommateurs. Discipline encore méconnue à Monaco, le Flair Bartending, venu tout droit des Etats-Unis, monte en force et dynamise les bars de la Principauté. La première compétition a été organisée par la Brasserie de Monaco les 11 et 12 janvier 2010.

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Comp%C3%A9tition-pour-amateurs-de-cocktails-%C3%A0-la-Brasserie-de-Monaco>

#### 5.9.15 Mettre en valeur les nombreux lounges.

Amber Lounge Monaco : l'ultime expérience de la vie nocturne <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Amber-Lounge-Monaco-l'ultime-exp%C3%A9rience-de-la-vie-nocturne>

Le MICS est le premier salon dont le thème sur "le clubbing international", réunira tous les professionnels de la nuit et de l'événementiel nocturne au Grimaldi Forum Monaco. <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-monde-de-la-nuit-tient-son-salon-a-Monaco-en-2010>

### EVENEMENTIEL CULTUREL ET SPORTIF

#### 5.9.23 Promouvoir les événements existants (Ballets, OPMC, Théâtre Princesse Grace, Festival International du Cirque, Festival de Jazz SBM, Rencontres artistiques « Monaco Japon »...)

Outre la promotion dans les supports habituels de la Direction du Tourisme (Semaines en Principauté, Bienvenue, Panneaux électronique d'affichage, calendrier des manifestations en ligne), la promotion des événements culturels en Principauté se fait également à travers les bureaux de représentation à l'étranger, les présentations lors des opérations de promotion et les conférences de presse.

Un grand nombre de newsletters en ligne permettent également de diffuser l'information à un public nombreux :

##### RENCONTRES ARTISTIQUES MONACO JAPON

- Les 4<sup>ème</sup> rencontres artistiques « Monaco Japon » ont eu lieu du 19 au 21 mars à l'Auditorium Rainier III- plus de 236 oeuvres d'artistes japonais et monégasques ont été présentées. La DTC a assuré l'organisation de cette manifestation en étroite collaboration avec la Direction des Affaires Culturelles et le Comité National Monégasque de l'Association Internationale des Arts Plastiques régie par l'UNESCO ainsi que sa promotion à travers nos divers supports et la publication de newsletters en ligne : <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/4eme-Rencontre-Artistique-Monaco-Japon>
- Un Choeur japonais en concert à Monaco <http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Un-Choeur-japonais-en-concert-a-Monaco>

**PRINTEMPS DES ARTS**

- Promotion du Printemps des Arts 2010 (du 15 mars au 6 avril) à travers les différents supports de la DTC ainsi que grâce à la publication de Newsletters en ligne :  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-26-ans-du-Printemps-des-Arts-de-Monte-Carlo-du-15-mars-au-6-avril>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Un-Printemps-des-Arts-de-Monaco-aux-accents-slaves>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Novotel-Monte-Carlo-et-le-Printemps-des-Arts-a-Monaco>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Printemps-des-Arts-de-Monte-Carlo-et-ses-jeudis>
- Utopies d'un soir  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-Utopies-d-un-soir>
- Monaco aime-t-il Brahms  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco-aime-t-il-Brahms>
- Le Printemps des Arts de Monte-Carlo aime Ravel !  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Printemps-des-Arts-de-Monte-Carlo-aime-Ravel>
- Nuit surprenante à Monaco  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Nuit-surprenante-a-Monaco>
- Le Bureau de Hanovre a adressé un communiqué de presse à 3036 contacts sur la programmation du Printemps des Arts, ainsi qu'une E-newsletter à 3500 agents de voyages

**ORCHESTRE PHILHARMONIQUE**

- Promotion des concerts de l'OPMC à travers la mise en ligne de newsletters et d'Offres « Enchanter moi Monaco »  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Une-Matinee-Classique-a-Monte-Carlo>
- Concerts en février  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/L-Orchestre-Philharmonique-de-Monte-Carlo-soiree-Haydn-et-Mahler>

**FESTIVAL DU CIRQUE DE MONTE CARLO**

- Publication de 2 articles sur le Festival du Cirque du Monte-Carlo :  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Cirque-s-affiche-a-Monaco>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Fairmont-Monte-Carlo-fait-son-Cirque>
- Le Bureau de New York a publié un article sur le Festival du Cirque de Monte-Carlo dans Pollstar en février et dans le Miami Herald et Palm Beach Post en janvier.

**OPERA DE MONTE CARLO**

- L'Opéra de Monte-Carlo fait sa cuisine  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/L-Opera-de-Monte-Carlo-fait-sa-cuisine>
- Journées Portes Ouvertes Bis à l'Opéra de Monte-Carlo  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Journees-Portes-Ouvertes-Bis-a-l-Opera-de-Monte-Carlo>
- Brunch Musicaux en partenariat avec Monte-carlo SBM  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Brunchs-musicaux-par-Monte-Carlo-SBM>
- Publication par le Bureau de New York d'un article sur l'Opéra de Monte-Carlo en janvier dans « Worth Magazine »

**5.9.25 Capitaliser sur les expositions et les spectacles du Grimaldi Forum Monaco et en renforcer la promotion.**

- Promotion du prochain musical « Fame »  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/FAME-vient-faire-son-show-a-Monaco>
- Le MICS est le premier salon dont le thème sur "le clubbing international", réunira tous les professionnels de la nuit et de l'événementiel nocturne au Grimaldi Forum Monaco en novembre  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-monde-de-la-nuit-tient-son-salon-a-Monaco-en-2010>

(voir newsletters dans la rubrique 10<sup>ème</sup> anniversaire du Grimaldi Forum Monaco - programmation de toute la saison culturelle et d'expositions du GFM Monaco)

**5.9.30 Renforcer la communication autour du « Monaco Dance Forum ».**  
(Voir Promotion dans le cadre du Centenaire des Ballets Russes - point 13.1)

### 5.9.31 Renforcer le partenariat existant avec l'Opéra de Monte-carlo.

- Mise en ligne d'une newsletter sur la journée « Portes Ouvertes » de l'Opéra  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/L-Opera-de-Monte-Carlo-ouvre-ses-portes>  
(voir newsletters point 5.9.23)

## VIE NOCTURNE - JEUX

### 5.9.32 Renforcer la communication sur l'animation générée par les nombreux établissements et concepts existants tels que Moods, Buddha Bar, Pizz'art, la Brasserie, Zest, Tartine... ainsi que sur les Jeux Européens et Jeux Automatiques des Casinos de la SBM, Monte-Carlo faisant l'objet de promotions particulières.

#### Tartine

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Soiree-voyance-soiree-suspens-chez-Tartine-a-Monaco>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Bistrot-Tartine-offre-le-vin-aux-valentins>

#### Zest

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Zest-Monaco-un-concept-a-prix-plus-doux>

#### Brasserie

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Compétition-pour-amateurs-de-cocktails-a-la-Brasserie-de-Monaco>

#### Maya Bay Thai

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Idee-Saint-Valentin-a-Monaco-le-tout-nouveau-Maya-Bay-Thai>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/A-Monaco-le-Maya-Bay-Sushis-a-emporter-pour-les-presses>

#### Moods

Show Phantom Feat Lio le 19 janvier

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Phantom-et-Lio-en-concert-a-Monaco>

#### Buddha Bar

Une news a été publiée sur la prochaine ouverture du Buddha Bar (le 24 juin prochain) - L'établissement comptera 160 places au restaurant et une centaine au bar dans un cadre conceptuel Buddha bar, véritable lieux de vie combinant restaurant et bar avec un DJ live, une cuisine inspirée et exigeante, un service attentionné et une ambiance musicale savamment distillée et propre au lieu.

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Ouverture-du-Buddha-bar-a-Monaco>

#### Poker à Monte-Carlo

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Poker-partie-en-Avril-à-Monte-Carlo>

#### Casino de Monte-Carlo

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Casino-de-Monte-Carlo-,un-nouveau-look-pour-2012>

## JARDINS

### 5.9.33 Développer une communication adaptée à la presse spécialisée.

Les Bureaux de représentation de la DTC à l'étranger ont à cœur de promouvoir les différents jardins de la Principauté dans leurs communiqués de presse à destination principalement du segment tourisme de loisirs et médias.

### 5.9.37 Optimiser les opportunités de partenariat avec les principales manifestations existantes sur le thème des jardins.

Mise en ligne de deux newsletters afin de promouvoir le prochain salon « Rêverie sur les Jardins » du 23 au 25 avril 2010 sur les Terrasses du Casino.

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/13e-%C3%A9dition-pour-le-Salon-%22R%C3%A9verie-sur-les-Jardins%22-%C3%A0-Monaco>

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/13e-Salon-%22R%C3%A9veries-sur-les-Jardins%22-à-Monaco>

Promotion du salon de la Décoration et Jardins :

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Salon-décoration-et-jardin-de-la-Côte-d'Azur-s'installe-à-Monaco>

## HELICOPTERES - HELI AIR MONACO

La promotion de la compagnie Héli Air Monaco est également assurée à travers la mise en ligne de newsletters proposant leurs offres :

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Heli-Air-Monaco-et-le-Columbus-un-couple-glamour-pour-la-St-Valentin>

### 5.9.38 Associer Héli Air aux manifestations de promotion du tourisme d'affaires sur les marchés ciblés.

27 transferts hélicoptères ont été réservés auprès d'héli Air Monaco pour des opérations « Tourisme d'Affaires » (visites d'inspection, eductours)

### 5.9.39 Intégrer l'offre Héli Air Monaco « Journée Ski » dans les programmes des Tours Operators « Passeport » et autres circuits commerciaux.

La promotion des offres « Journée Ski » de la compagnie Héli Air Monaco ont été recensées dans une news mise en ligne sur notre site internet :

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/HeliAir-Monaco-vous-depose-en-station>

## MUSEES ET CENTRES D'INTERETS

### 5.9.42 Renforcer la diffusion de dépliants proposant des coupons de réduction.

1243 coupons Monaco loisirs ont été échangés ce trimestre, 113 « Monaco Affaires » et 18 « Croise Kit »

### 5.9.43 Poursuivre et intensifier la publication annuelle du manuel des ventes « Musées et Centres Attractifs » et de la newsletter semestrielle.

Une version électronique et téléchargeable en ligne du manuel des ventes est disponible sur le site

[www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

Orientation 6 - Capitaliser sur les pôles d'excellence économique, scientifique et financier de la Principauté pour optimiser le tourisme d'affaires

### 6.3.1 Poursuivre l'animation des groupes de travail réunissant les responsables commerciaux des principales entités impliquées afin de renforcer la compétitivité de Monaco.

## OPTIMISER LES METHODES ET MOYENS DE PROMOTION

### 6.4 Analyser les outils et les méthodes utilisés pour la promotion du Tourisme d'Affaires.

- Les Bureaux de Londres, Hanovre, Shanghai, Tokyo, Milan et New-York ont effectué une étude de la concurrence « Monaco Meetings » en Europe, en terme de tourisme d'affaires.

#### 6.4.1 Former le personnel des centrales de réservation des partenaires.

Les bureaux de Représentation de Tokyo, Shanghai, Londres et New York sont en contact permanent avec les bureaux de ventes de Monte-Carlo SBM et Fairmont Monte-Carlo sur leurs marchés respectifs. Le Bureau de New York est également en contact avec le groupe Starwood Hotels et Leading Hotels of the World (dont l'Hôtel de Paris, l'Hôtel Hermitage et le Métropole Monte-Carlo font partie).

6.4.2 Analyser les opportunités liées aux CRM et bases de données des partenaires pour campagnes conjointes.

Dès le début de l'année le CRM a mis en place les bases de données Tourisme de Loisirs et Presse.

6.5 Renforcer les opérations de promotion sur les marchés porteurs par les représentants à l'étranger de la DTC et créer de nouvelles opportunités.

- Parmi les nouvelles opportunités le **Bureau de Londres** a mis en place une enquête sur la Principauté en tant que Destination Tourisme d'Affaires auprès de tous les membres et abonnés au magazine M&IT (environ 10 000 contacts)
- Le **Bureau de Londres** a également invité 20 clients tourisme d'affaires à la soirée de gala et remise des prix M&IT le 22 février au Novotel Hammersmith de Londres. A cette occasion la Principauté a reçu trois exceptionnelles récompenses (Le Bureau de Londres - Meilleur Convention Bureau Overseas, Le **Grimaldi Forum Monaco** - élu Meilleur Centre des Congrès et le **Fairmont Monte-Carlo** - Meilleur Hôtel Tourisme d'Affaires d'Europe)  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-M-IT-Awards-recompensent-Monaco>

SALES BLITZ, SALES CALLS, ROADSHOWS ET TOURNEES

6.5.1 Affiner la sélection des visites grâce à un travail de recherche approfondi afin d'améliorer les résultats.

SALES BLITZ et SEMINAIRES

ITALIE

- 27-28 Janvier - organisation d'un sales blitz à Gênes (5 agences et 2 entreprises)
- 17-18 mars - organisation d'un sales blitz à Turin avec le **Fairmont Monte-Carlo**, **Méridien Beach Plaza** et **Grimaldi Forum Monaco** (6 entreprises et 1 agence)

ALLEMAGNE

- 12-13 Janvier - organisation d'un sales blitz à Berlin (13 agences et 1 entreprise) avec le **Méridien Beach Plaza**
- 3-4 mars - organisation d'un sales blitz à Stuttgart avec le **Fairmont Monte-Carlo**, **Monte-Carlo SBM** et **Grimaldi Forum Monaco**

GRANDE-BRETAGNE

- 15 Février - organisation d'un sales blitz à Londres (18 rendez-vous) avec le **Port Palace** et le **Columbus Monaco**
- 19 Février - Organisation d'un sales blitz dans le Sud Ouest de l'Angleterre

JAPON

- Février - organisation d'un séminaire chez American Express en collaboration avec Monte-Carlo SBM (formation de 31 consultants)

ROADSHOWS ET TOURNEES

ITALIE

- 23-25 mars - Roadshow à Florence, Bologne et Rome  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Trois-étapes-italiennes-pour-le-1er-Roadshow-%22MICE-%222010-de-la-DTC>

AFRIQUE DU SUD

- Organisation d'une tournée en Afrique du Sud du 15 au 19 février en collaboration avec **Atout France** et le Consul de Monaco en Afrique du Sud. Partenaire présent : l'agence **Incentive Concept**.

Présentation pour une centaine de personnes à l'hôtel Mount Nelson de Cape Town (professionnels du tourisme, relais d'opinion)

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco%2C-cap-sur-Cape-Town>

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Tournee-sud-africaine-Monaco-seduit-la-Press>

AUSTRALIE

- Organisation d'une tournée à Melbourne et Sydney en collaboration avec Atout France et le nouveau Bureau de Représentation à Sydney - du 15 au 19 mars (interviews avec des journalistes organisation d'un dîner pour 180 pax à l'Opéra de Sydney, Soirée Atout France avec la Grande Chef 3\* Michelin Annie Feolde et organisation du premier dîner Monaco Private label en Australie (voir point 11.2)

<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/L-ambition-du-tourisme-de-la-Principauté-de-Monaco-en-Australie>

<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco-à-L'honneur-en-Australie>

SALONS PROFESSIONNELS

6.5.2 Définir et publier pour chaque salon des plans d'actions, avant, pendant et après les salons en collaboration étroite avec les partenaires participants.

MILAN

- 18 au 21 Février - participation au Salon BIT à Milan avec le **Port Palace** et le **Fairmont Monte-Carlo** - 120 contacts (ADV, OPC; Incentive Houses, Presse, Ag. Comm., divers..)

USA

- 20-22 Janvier - participation au Salon Helms Briscoe à Las Vegas (604 membres de Helms Briscoe et 893 partenaires hôteliers).
- 20-23 Février - participation au salon « Meet Different » 2010 à Cancun au Mexique (1100 participants - organisateurs de congrès)
- 21-23 mars - participation à Successful Meetings University à NY - 30 exposants (170 participants)

France et BENELUX

- 3-4 février - participation au salon Bedouk à Paris avec le **Grimaldi Forum Monaco** et **Monte-Carlo SBM**
- 17-18 mars - participation au Salon EMIF à Bruxelles avec le **Novotel Monaco**

OPERATIONS PONCTUELLES « DESTINATION MONACO » et / ou WORKSHOPS

6.5.3 Affiner le concept de base pour une meilleure efficacité et retour sur investissement, (sélection des invités, scénario et forme des présentations, choix des intervenants).

ALLEMAGNE

- 9-12 novembre - Organisation d'un roadshow à Munich, Stuttgart Frankfurt Dusseldorf - partenaires présents : **Monte-Carlo SBM**, **agence WTT**, **agence Allied**, **Méridien Beach Plaza**
- 9 Février - participation au workshop Bremen Swisshôtel avec **Monte-Carlo SBM** (rendez-vous avec 9 agences et associations)
- 10 février - organisation d'un workshop à Essen au Schlosshotel Hugenpoet avec **le Méridien Beach Plaza** et **Monte-Carlo SBM** - 39 participants (agences et associations).
- 23 février - Participation au Showcase de **Starwood Hotels** à München - 280 participants.

## ACCUEILS ET VISITES D'INSPECTION

12 visites d'inspection « Tourisme d'affaires » ont eu lieu en Principauté de janvier à fin mars 2010 :

• 7 janvier	Projet via Mondes pluriels	1 pax	
• 14 janvier	IPE/EDHC	1 pax	
• 21 janvier	Stampin'up	2 pax	
• 28 janvier	Ernst and Young	4 pax	
• 2 février	Pfizer	3 pax	
• 4 février	RVS 2010	2 pax	
• 15-17 février	ISF Congress 2010	10 pax	
• 16-19 février	Eductour TA Tokyo	6 pax	Bureau de Tokyo
• 26-28 février	Eductour TA - USA	9 pax	Bureau de New York
• 21-23 février	Accueil nouvelles antennes	5 pax	
• 25 février	Audi	4 pax	
• 2-4 mars	Telecom Italia	2 pax	
• 15 mars	Schneider Electric	2 pax	

## PUBLICITE TRADITIONNELLE

### 6.5.6 Publier un « plan média » destination coordonné avec les partenaires.

Une campagne d'affichage dans les aéroports a été programmée ce premier trimestre 2010, comme suit :

- France - **Aéroports d'Orly et CDG** - Campagne de 14 jours du 25 février au 10 mars
- Italie – **Aéroport de Rome Fiumicino** du 1er au 28 mars
- Allemagne – **Aéroport de Francfort** – 14 jours du 16 au 29 mars
- Grande-Bretagne – **Aéroports de Heathrow et Gatwick** 14 jours du 15 au 28 mars 2010

Voir point 4.7 pour insertions dans la presse professionnelle.

## SUPPLEMENTS DANS MAGAZINES PROFESSIONNELS

### 6.5.7 Poursuivre la publication de suppléments sur marchés ciblés.

Monaco Une saison d'Art et d'Evénements - L'édition Printemps paraîtra le 20 mars. Les sujets sont les événements monégasques à venir au Printemps, en avant première les événements à ne pas manquer de l'été et un dossier spécial sur les sommeliers de la Principauté. Le supplément est édité à 260 000 exemplaires encarté dans le Fémina le dimanche (Alpes-Maritimes + Var).

A noter que ce supplément est à présent traduit en anglais pour une diffusion sur le marché UK et personnalisé si besoin et utilisé comme dossier de presse lors des conférence de presse, ex : il a été utilisé sur ITB Berlin.

## SITE INTERNET

### 6.5.9 Améliorer et animer le site Tourisme d'Affaires de la DTC [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

Le nouveau site de la Direction du Tourisme comprend un chapitre dédié au Tourisme d'affaires « Business & Meetings » et quatre sous rubriques :

- Présentation du Convention Bureau  
<http://www.visitmonaco.com/fr/Business-Meetings/Convention-Bureau>
- Espaces Congrès  
<http://www.visitmonaco.com/fr/Business-Meetings/Espaces-congrès>

- Agences réceptives  
<http://www.visitmonaco.com/fr/Business-Meetings/Agences-réceptives>
- Votre projet en ligne, qui est une toute nouvelle partie permettant d'obtenir des informations personnalisées rapidement  
<http://www.visitmonaco.com/fr/Business-Meetings/Votre-projet-en-ligne2>

Mise en ligne de la première newsletter MICE (destinée à l'ensemble des contacts tourisme d'affaires sur tous les marchés où la Destination est représentée).

<http://news.visitmonaco.com/RenderMice.aspx?NewsletterId=5&LangueId=1&ContactId=2821>

## FIDELISER LA CLIENTELE

### A L'ETRANGER

#### 6.10 Capitaliser sur les déplacements de l'OPMC, de l'Orchestre Philharmonique ou des Ballets de Monte-Carlo à l'étranger.

- Le 12 avril 2010 une représentation de « La belle » par les Ballets de Monte-Carlo aura lieu à Genève - la promotion a été assurée par la DTC lors de sa conférence de presse à Genève le 12 janvier 2010. (Voir point 5.6.2)
- Le 4 février les Ballets de Monte-Carlo ont donné une représentation à Athènes - la DTC s'est associée à cette manifestation en organisant ce même jour une conférence de presse à Athènes ainsi qu'un dîner Monaco Private Label. (Voir point 5.6.2)
- Publication d'une newsletter sur la participation de l'OPMC et de l'agence « Couleur Tango et raquo » au Concours « Créaffiche 2010 & raquo » le 4 février à Nice - Affiche d'or (campagne d'affichage régional) pour l'OPMC.  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/l-Orchestre-Philharmonique-de-Monte-Carlo-affiche-d-or-de-la-communication>

## DEVELOPPER LES CONGRES ET CONFERENCES MEDICALES ET PARAMEDICALES

#### 6.11 Créer un fichier spécifique et concevoir une approche ciblée des organisateurs congrès médicaux et para médicaux.

7 congrès médicaux ont eu lieu en ce début d'année en Principauté :

- Biennale de Cancérologie 600 pax au Grimaldi Forum Monaco du 20 au 23 janvier  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/9e-Biennale-de-la-Cancerologie-a-Monaco>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Spectacle-et-biennale-de-cancerologie-pour-soutenir-AROME>
- International Monaco Oncology 350 pax au Grimaldi Forum Monaco du 22 au 23 janvier 2010
- Congrès Alzheimer 500 pax au Grimaldi Forum Monaco du 11 au 13 février
- Eurogin 2010 2000 pax au Grimaldi Forum Monaco du 16 au 19 février
- Dia Eurometing 2500 pax au Grimaldi Forum Monaco du 7 au 11 mars  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/22eme-Conférence-annuelle-Eurometing-à-Monaco>
- Pfizer via Zibrant Canterbury 700 pax au Fairmont Monte-Carlo du 13 au 19 mars

Orientation 8 - Positionner Monaco comme principal port d'attache des navires de croisière haut de gamme et luxe programmant la Méditerranée

#### 8.1 Lancer des enquêtes de satisfaction (Voir point 16.6.2)

## RENFORCER LES METHODES ET OUTILS EXISTANTS

- 8.5 Poursuivre la distribution du « Monaco Welcome Cruise Kit » aux croisiéristes et le rendre téléchargeable sur le site Internet : [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

Les coupons de 18 cruise kits ont été échangés contre des entrées payantes de musées et centres attractifs à l'occasion d'une seule escale ce trimestre.

- 8.6 Poursuivre présence annuelle au « Sea Trade » de Miami

Le Bureau de New-York s'est rendu du 15 au 18 mars au salon « Sea Trade » avec 5 partenaires monégasques (La SEPM, l'OMM, Monaco Cruise Services, Cambiasso et Risso et V Ships) - 900 exposants ont participé cette année à ce Salon et 2 réceptions champagne ont été programmées par le Bureau de Représentation à NY.

[www.monaconewsletter.com/seatrade2010.html](http://www.monaconewsletter.com/seatrade2010.html)

Orientation 10 Positionner Monaco comme une véritable « spa destination » pour longs séjours de remise en forme toute l'année

SEJOURS REMISE EN FORME, SANTE, BIEN-ETRE

## 10.2.1 Création d'offres remise en forme

8 offres remises en forme ont été publiées ce trimestre dans la rubrique « Enchante moi » sur le site [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

## 10.2.2 Elaborer une stratégie de communication

Outre la communication habituelle dans les supports de la DTC, 3 newsletters ont été publiées ce trimestre sur l'offre SPA de la Principauté.

- Thermes Marins de Monte-Carlo  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Escale-bien-etre-a-Monte-Carlo>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Escale-de-bien-etre-a-Monte-Carlo>
- Willow Stream Fairmont  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Gratitude-attitude-au-Fairmont-Monte-Carlo>

Orientation 11 - Devenir la destination touristique incontournable pour Ultra Rich Individuals - Création du concept « Monaco Private Label »

## 11.1 Lancer le concept « URI »

3 dîners Monaco Private Label ont été organisés ce premier trimestre :

- 4 février 2010 à Athènes (Grèce)
- 18 février 2010 à l'Hôtel One and Only à Cape Town (Afrique du Sud) - 30 invités triés sur le volet par Francis Kasasa, Consul de la Principauté en Afrique du Sud.  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/L-Afrique-du-Sud-entre-dans-le-cercle-tres-prive-de-la-Monaco-Private-Label>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco%2C-Afrique-du-Sud%2C-de-belles-perspectives>
- 18 mars 2010 à Melbourne (Australie) - 40 invités représentant les plus grandes fortunes australiennes par Andrew Cannon, Consul Honoraire à Melbourne.

le nombre d'adhérents depuis le lancement du concept est réparti comme suit :

- Chine (Pekin) : 28 membres,
- Asie du sud Est (Singapour) : 35 membres,
- Grèce (Athènes) : 42 membres,
- Afrique du sud (Cape Town) Hôtel Westcliffe: 30 membres,
- Australie (Melbourne) : 38 membres.  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco-a-L'honneur-en-Australie>

## 11.2 Matérialiser l'offre par la création d'un coffret.

A ce jour 500 coffrets en 7 langues : Chinois, Espagnol, Russe, Anglais, Arabe, Japonais.

## CAPITALISER SUR LES GRANDS RENDEZ-VOUS : ANNIVERSAIRES, CÉLÉBRATIONS, ÉVÉNEMENTS MAJEURS CULTURELS ET SPORTIFS

Orientation 14 - Développer des actions de promotion spécifiques autour des événements majeurs en 2010

### 13.1 Centenaire des Ballets Russes

#### 13.1.1 Développer des outils de communication spécifiques.

- Promotion effectuée dans le supplément « Fémina » distribuée à travers le quotidien Nice Matin et lors des différentes conférences de presse - programme Printemps en ligne et téléchargeable sur [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com) (en français et en anglais)

#### 13.1.7 Programmer et animer des conférences de presse dans les principales capitales internationales.

Le 12 janvier, lors de la Conférence de presse organisée par la DTC à Genève, la promotion du Centenaire des Ballets Russes a été faite, notamment en informant le public genevois du prochain rendez-vous avec les Ballets de Monte Carlo, le 12 avril, qui interpréteront à Genève « La Belle ».

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Monaco-la-destination-cherie-des-Suisses>

#### 13.1.8 Développer une campagne d'information régulière e-mailing (journalistes, relais opinion, professionnels...).

Mise en ligne de 5 newsletters sur le centenaire des ballets Russes :

- Conférence de Vladimir au Théâtre des variétés dans le cadre de la Fondation Prince Pierre  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-Ballets-russes-et-Monte-Carlo>
- Concert de l'OPMC le 13 janvier à 12h30 au Théâtre des Variétés  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Centenaire-des-Ballets-Russes-se-poursuit-a-Monaco>
- Programmation de l'Acte II du Monaco Dance Forum  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Centenaire-des-Ballets-Russes-de-Monaco-Acte-II>  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Entrechats-et-pas-de-danse-a-Monte-Carlo-Acte-II>
- L'art Russe contemporain à l'honneur à Monaco  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/L-art-Russe-contemporain-a-l-honneur-a-Monaco>

### 13.2 Exposition itinérante "Princesse Grace"

#### 13.2.1 Organiser l'accueil et l'information des visiteurs (à l'image de la tournée japonaise et de l'exposition de l'Hôtel de Ville à Paris) par la présence permanente d'hôtesse recrutées sur place par la DTC.

- L'Exposition Princesse Grace à Rome s'est clôturée le 28 février. 32 000 visiteurs se sont rendus au Palazzo Memmo pendant la durée de cette exposition.
- La prochaine exposition aura lieu au Victoria and Albert Museum de Londres du 16 avril au 26 septembre 2010.  
[http://www.vam.ac.uk/exhibitions/future\\_exhibs/index.html](http://www.vam.ac.uk/exhibitions/future_exhibs/index.html)

#### 14.1 50ème Anniversaire Du Festival International De Télévision

14.1.6 Programmer et animer des conférences de presse en commun avec les dirigeants de Monaco Mediac dans les principales capitales internationales.

Voir conférences de presse point 5.6.2

14.1.7 Développer en commun une campagne d'information régulière e-mailing (journalistes, relais opinion, professionnels, etc.).

- Dans le cadre de la Conférence Annuelle des Bureaux de Représentation à l'Étranger, M. David TOMATIS Directeur Général du Festival de Télévision de Monte-Carlo a réalisé une présentation de son Festival et de la célébration de son 50<sup>ème</sup> anniversaire à l'attention de nos représentants à l'étranger. Une plaquette et des informations sur CD-Rom leur ont été remises.
- Promotion effectuée dans le supplément « Fémina » distribuée à travers le quotidien Nice Matin et lors des différentes conférences de presse - programme Printemps en ligne et téléchargeable sur [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com) (en français et en anglais)

#### 14.1 10ème Anniversaire Du Grimaldi Forum Monaco

14.2.4 Programmer et animer des conférences de presse en commun avec les dirigeants du GFM dans les principales capitales internationales.

(Voir point 5.6.2)

14.2.5 Développer en commun une campagne d'information régulière e-mailing (journalistes, relais opinion, professionnels...).

En 2010, le Grimaldi Forum fête ses 10 ans d'existence. A cette occasion, l'espace culturel et de congrès de la Principauté a préparé une programmation à la hauteur de l'événement.

- Mise en ligne d'une newsletter sur la programmation au Grimaldi Forum dans le cadre de la célébration de son 10<sup>ème</sup> anniversaire  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-rendez-vous-2010-du-Grimaldi-Forum-Monaco>
- 10<sup>ème</sup> anniversaire du Grimaldi Forum Monaco  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Grimaldi-Forum-Monaco-fete-ses-10-ans-de-professionnalisme>
- Innovations techniques pour les 10 ans du Grimaldi Forum Monaco  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Innovations-techniques-pour-les-10-ans-du-Grimaldi-Forum-Monaco>
- Une "Embellie" sur le Grimaldi Forum Monaco  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Une-%22Embellie%22-sur-le-Grimaldi-Forum-Monaco>
- Newteon du transport durable pour Ever Monaco 2010  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Newteon-du-transport-durable-pour-Ever-Monaco-2010>

#### 14.2 100ème Anniversaire Du Musée Océanographique

14.3.2 Créer des dossiers et communiqués de presse communs avec le Musée.

Promotion effectuée dans le supplément « Fémina » distribuée à travers le quotidien Nice Matin et lors des différentes conférences de presse - programme Printemps en ligne sur [www.visitmonaco.com](http://www.visitmonaco.com)

14.3.5 Publier une brochure d'appel à grande diffusion en 5 langues.

Diffusion aux VIP lors d'opérations de promotion importantes, d'un livret souvenir réalisé par la Gazette de Monaco sur le centenaire du Musée Océanographique. Ce même livret a été offert par le musée océanographique à ses invités lors de la soirée de gala le 30 mars 2010.

14.3.7 Animer conjointement des conférences de presse avec les dirigeants de Musée Océanographique dans les principales capitales internationales.

Le Centenaire du Musée Océanographique est évoqué lors des différentes conférences de presse organisées par la DTC à l'étranger (voir point 5.6.2).

L'agence de relations publiques de la DTC à Paris a constitué un fichier de journalistes français et a coordonné avec le Centre de Presse de Monaco leur accueil en Principauté et présentation à la Conférence de Presse du Centenaire du Musée Océanographique le 23 février 2010 à Monaco.

#### 14.3.8 Développer conjointement avec le Musée Océanographique une campagne d'information régulière e-mailing.

Mise en ligne de 6 Mon@co letters sur le Centenaire du Musée :

- Animations pour enfants  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Decouvrir-les-animations-du-Musee-Oceanographique-de-Monaco-pendant-les-vacances>
- Programmation du Centenaire du Musée Océanographique de Monaco  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Musee-Oceanographique-de-Monaco-prepare-son-centenaire>
- Publication d'une newsletter sur la collaboration de la Direction du Tourisme et du Musée Océanographique en terme de communication.  
<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Musee-Oceanographique-et-la-Direction-du-Tourisme-et-des-Congres-de-Monaco-D.T.C-ensemble-pour-le-Centenaire>
- Fermeture exceptionnelle  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Fermeture-exceptionnelle-du-Musee-Oceanographique-a-Monaco>
- Les splendeurs dévoilées du Musée Océanographique de Monaco  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Les-splendeurs-devoilees-du-Musee-Oceanographique-de-Monaco>
- Le Musée Océanographique de Monaco ouvrira son Centenaire avec l'exposition de Damien Hirst  
<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Musee-Oceanographique-de-Monaco-ouvrira-son-Centenaire-avec-l'exposition-de-Damien-Hirst>

#### 14.3.9 Accompagner programmation d'un calendrier spécifique d'accueils et d'invitations de journalistes.

La DTC a coordonné l'accueil d'un certain nombre de journalistes dans le cadre de la promotion du Centenaire du Musée Océanographique :

<http://visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Musee-Oceanographique-et-la-Direction-du-Tourisme-et-des-Congres-de-Monaco-D.T.C-ensemble-pour-le-Centenaire>

Presse écrite :

- Daily Telegraph et Guardian , Mr Tim Ecott, 29 et 30 mars
- Interview France Info
- Sujet paru dans le supplément Femina
- Sujet à paraître dans Le Figaro Magazine spécial tourisme

Retransmissions TV :

- Prise de contact avec TF1 pour reportage à Monaco, organisation du tournage et contact avec les archives de Monaco - Diffusion au journal télévisé dimanche 28 mars 20 h  
<http://videos.tf1.fr/jt-we/le-20-heures-du-28-mars-2010-5789032.html>
- Prise de contact avec FR3 Nice, magazine Mediterraneo : organisation du tournage, contact avec les archives - Diffusion prévue samedi 3 avril 11 h 30

#### 14.4 Exposition Universelle De Shanghai

##### 14.4.1 Collaborer étroitement avec « Monaco Inter Expo ».

Diverses réunions ont été organisées entre la Direction du Tourisme, son Bureau de Représentation à Shanghai, Monaco Inter Expo, la Chambre de Développement Economique et les partenaires hôteliers afin d'étudier les possibilités de partenariat dans le cadre de la promotion de la destination à la prochaine Exposition de Shanghai qui se déroulera du 1<sup>er</sup> mai au 31 octobre 2010.

<http://en.expo2010.cn/a/20100316/000008.htm>

Premières images du pavillon monégasque : <http://en.expo2010.cn/a/20100226/000006.htm>

#### 14.4.2 Mettre en place une entité opérationnelle basée à Shanghai.

Le Bureau de Représentation de la DTC à Shanghai est chargé de la coordination, organisation et logistique des opérations de promotion qui seront organisées dans le cadre de l'Exposition Universelle à Shanghai, en étroite collaboration avec Monaco Inter Expo.

#### 14.4.4 Elaborer un plan stratégique de promotion, d'animation et de communication regroupant l'ensemble des partenaires de l'industrie du tourisme de Monaco.

La semaine du Tourisme sera organisée au pavillon de Shanghai du 17 au 21 mai. Ce sera l'occasion d'inviter les relais d'opinion, VIP, journalistes de la presse professionnelle et professionnels du tourisme à découvrir notre destination autour de dîners, déjeuners et cocktails au sein du Pavillon. Monte-Carlo SBM, le Métropole Monte-Carlo et la CDE ont à ce jour confirmé leur participation.

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Le-Pavillon-Monegasque-a-Shanghai-une-belle-vitrine-pour-la-Principaute>

#### 14.4.5 Concevoir un matériel de communication adapté (papier et électronique).

Mise en ligne de la première newsletter sur la prochaine exposition Universelle à Shanghai, où la Principauté de Monaco sera présente du 1<sup>er</sup> mai au 31 octobre 2010.

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/Bande-son-Made-in-Monaco-pour-le-Pavillon-Monegasque-a-Shanghai>

OBJECTIF D

## DEVENIR CHAQUE ANNÉE PLUS PERFORMANT DANS L'ACCUEIL RÉSERVÉ AUX VISITEURS DE LA PRINCIPAUTÉ

Orientation 16 - Créer les outils et les méthodes permettant d'atteindre le niveau optimum de la qualité d'accueil en Principauté

#### 16.1 Mettre sur pied des séances d'information au profit des guides.

Trois séances de formation réparties en 3 demies journées (les 13, 14 et 19 janvier 2010) ont été organisées par la Direction du Tourisme à l'Auditorium Rainier III à l'attention de 200 guides et interprètes avec l'intervention des musées et centres attractifs, du clergé, du service des parkings publics (pour la régulation des autobus), de Monte-Carlo SBM (pour les hôtels et Casinos) et du Grimaldi Forum. Une visite du musée océanographique a eu lieu à l'issue de chaque formation.

<http://www.visitmonaco.com/fr/L-actu/News/La-Direction-du-Tourisme-de-Monaco-a-la-rencontre-des-Guides-et-des-Accompagnateurs-de-Tourisme>

#### 16.4.1 Développer les technologies de l'information multimédias (Internet, podcast,...)

#### 16.6.2 Lancer une enquête de satisfaction bi-annuelle auprès des principaux autocaristes européens.

Le 24 Février a débuté l'Enquête de Satisfaction, commanditée à la société d'études marketing « Enov Research » lancée par la DTC afin de connaître la satisfaction des différentes clientèles touristiques qui séjourneront en Principauté en 2010 (croisiéristes, clientèles de passage, résidents, autocaristes...) ? cette enquête sera réalisée par un questionnaire administré en face à face et permettra de fournir des informations détaillées sur le profil, dépenses et comportement des touristes se rendant ou séjournant en Principauté.