

Édito

Madame, Monsieur,

Deux actions importantes sont à noter au cours du 3ème trimestre de l'année en cours, la concrétisation d'un nouveau concept de promotion et de communication dépassant de très loin les seuls intérêts du tourisme et la création d'une nouvelle entité à vocation touristico-économique.

Il s'agit, vous le devinez, de la manifestation "A Night in Monaco" organisée à Londres le 29 septembre dernier et de la naissance du "Monaco Cruise Bureau".

Pour la première, le tourisme de la Principauté s'est allié à des acteurs économiques monégasques de poids via la CDE comme HSBC Private Banking, Edmiston, Boutsen Aviation, la Chambre Monégasque de la Joaillerie ainsi qu'avec de grandes entreprises britanniques incontournables comme le Financial Times, American Express, Hertz, Relais & Châteaux et les grands magasins de luxe Harvey Nichols.

La clé de la réussite de ce nouvel événement résida dans la qualité exceptionnelle des 1 500 invités présents et dans la fédération d'un très grand nombre d'entreprises monégasques.

Pour la deuxième, la naissance du "Monaco Cruise Bureau" va permettre d'optimiser les retombées économiques générées par les croisières faisant escale à Monaco. Sous la houlette du "Monaco Convention Bureau" cette nouvelle entité, en relation étroite avec la SEPM, assurera le lien entre le tissu économique monégasque et l'industrie de la croisière.

Je vous souhaite bonne lecture de cette 7ème lettre d'information trimestrielle de notre Feuille de Route 2009-2013

Bien cordialement,



Michel BOUQUIER
mbouquier@gouv.mc

Septembre 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.
- le Grimaldi Forum et la Direction du Tourisme soutiennent l'Initiative « Monaco s'engage contre la déforestation » menée par la Fondation Prince Albert II de Monaco et l'association MC2D. Dans ce soutien, le GFM et la DTC entendent promouvoir et relayer les actions de lutte contre la déforestation à travers divers supports de communications et futures opérations de relations de presse menées par ces deux entités du tourisme (flyers grand public, affiches, site internet, présentations presse, ...).

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

La cellule Tourisme Responsable de la DTC a mis à la disposition du Convention Bureau un document qui regroupe les 12 pratiques pour l'organisation des réunions éco-responsables en Principauté. Ce document est disponible sur simple demande et une mise en ligne sur le site www.visitmonaco.com aura lieu prochainement.

- La Fondation Prince Albert II à Monaco, guide pratique d'éco-efficacité <http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/La-Fondation-Prince-Albert-II-%C3%A0-Monaco,-guide-pratique-d%E2%80%99%C3%A9cco-efficacit%C3%A9>

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.

Le 27 septembre 2010, Le TÛRANOR PlanetSolar, le plus grand bateau à énergie solaire, a débuté son tour du monde depuis Monaco pour sensibiliser et informer le public des technologies existantes dans le domaine des énergies renouvelables.

La Direction du Tourisme et des Congrès accompagnera ce catamaran qui va parcourir environ 50.000 km au long de l'équateur pour démontrer le potentiel des énergies renouvelables. Ce bateau est un pionnier dans la technologie des énergies renouvelables utilisées pour la navigation maritime.

Un Consortium monégasque comprenant la Direction du Tourisme et des Congrès de Monaco, la Fondation Prince Albert II de Monaco, le Resort Monte-Carlo SBM et le Yacht Club de Monaco, se joint à cet ambassadeur des énergies renouvelables et non polluantes pour démontrer que par un usage innovant de matériaux et de technologies existants, des performances de haut rang peuvent être réalisées aujourd'hui.

L'économie et l'écologie peuvent et doivent travailler en synergie comme c'est déjà le cas parmi les acteurs touristiques à Monaco.

PlanetSolar a choisi la Principauté comme port de départ ainsi que port d'arrivée pour ses actions et ses engagements dans la protection de l'environnement, au sein du Gouvernement Princier ainsi que dans le secteur privé ou encore touristique!

« L'aventure du Tûranor PlanetSolar et ses escales, Miami, San Francisco, Sidney, Singapour et Abu Dhabi peuvent être suivies en direct sur www.planetsolar.org »

- Premier tour du monde en bateau solaire au départ de Monaco <http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Premier-tour-du-monde-en-bateau-solaire-au-départ-de-Monaco>
- PlanetSolar quitte Monaco et débute son tour du monde <http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/PlanetSolar-quitte-Monaco-et-débute-son-tour-du-monde>

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

Le Tourisme responsable et les initiatives « vertes » de la Destination font dorénavant partie intégrante de la stratégie de communication de la Direction du Tourisme. Un espace dédié est disponible sur le site internet de la DTC <http://www.visitmonaco.com/fr/Monaco-Pratique/Tourisme-Responsable>

Par ailleurs, 6 newsletters ont été publiées ce trimestre sur les engagements des divers partenaires:

- Monaco encore plus végétal
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Monaco-encore-plus-végétal>
- Monaco se mobilise pour améliorer la qualité de la plage du Larvotto
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Monaco-se-mobilise-pour-am%C3%A9liorer-la-qualit%C3%A9-de-la-plage-du-Larvotto>
- Fairmont Monte-Carlo une escale verte
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Fairmont-Monte-Carlo-une-escale-verte>
- A Monaco, la voiture électrique la plus rapide du Monde
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/A-Monaco,-la-voiture-%C3%A9lectrique-la-plus-rapide-du-Monde>
- La Green Team de la Direction du Tourisme de Monaco poursuit sa « décou'verte ! »
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/La-Green-Team-de-la-Direction-du-Tourisme-de-Monaco-poursuit-sa-%C2%AB-d%C3%A9cou%E2%80%99verte-!-%C2%BB>
- le Grimaldi Forum Monaco innove pour des économies d'énergie
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/le-Grimaldi-Forum-Monaco-innove-pour-des-%C3%A9conomies-d%E2%80%99%C3%A9nergie>

Orientation 3 - Mettre en place des initiatives en faveur du tourisme durable et responsable via la création de nouveaux outils.

3.1 Informer le public le plus large possible sur « l'Ethique du Tourisme Responsable ».

Le Tourisme responsable et les initiatives « vertes » de la Destination font dorénavant partie intégrante de la stratégie de communication de la Direction du Tourisme. Un espace dédié est disponible sur le site internet de la DTC regroupant les initiatives des partenaires et informations diverses: <http://www.visitmonaco.com/fr/Monaco-Pratique/Tourisme-Responsable>

Un document est en cours d'élaboration afin d'informer les visiteurs de la démarche éco-responsable de la Principauté. Ce document invitera le visiteur à découvrir Monaco d'une façon plus responsable en compensant son émission de gaz à effet de serre, à utiliser les moyens de déplacement intra muros mis à sa disposition, à choisir son hôtel par rapport à ses engagements environnementaux, à savourer les menus favorisant les produits locaux, à acheter éco-responsable, à respecter la mer et l'environnement, à utiliser des organisateurs d'évènements et d'incentives innovants etc...

3.4 Créer un « Label Vert » gastronomique.

Mise en place et lancement de la MONACO GREEN SIGNATURE. Cet outil nous permettra à communiquer d'une façon coordonnée sur des avancées majeures réalisées en matière d'environnement, de respect des ressources naturelles et de combat contre le réchauffement climatique. Plus tard les restaurants se verront également proposer la MONACO GREEN SIGNATURE.

La GREEN SIGNATURE deviendra le complément naturel de MEET GREEN et devrait être mise en place fin octobre 2010.

CONSOLIDER LES RÉSULTATS ACQUIS TOUT EN SÉDUISANT DE NOUVELLES CLIENTÈLES

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

REGROUPER LES FORCES

- 4.4 **Partager avec les partenaires l'adoption d'une signature commune de communication.**
La mise en place d'une signature commune de communication est actuellement en cours entre le Convention Bureau de la DTC et le **Grimaldi Forum Monaco**. Une signature commune de communication devrait voir le jour début 2011.
- 4.5 **Optimiser partenariats existants pour lancement nouvelles opérations ponctuelles.**
La Direction du Tourisme et des Congrès a organisé, avec son **Bureau de Représentation à Londres** une opération d'un type tout à fait nouveau sur le marché britannique, ciblant des clients fidèles et potentiels à fort pouvoir d'achat. La soirée « A Night in Monaco » organisée le 29 septembre à Londres a regroupé les partenaires hôteliers, le Grimaldi Forum Monaco, Monaco Mediaparc, Monaco Boat service RIVA, HSBC Private Banking, le Yacht Club de Monaco, la Chambre de Développement Economique, Le Casino de Monte-Carlo, la Manufacture de Porcelaine de Monaco, Edmiston, Only Yachts, Air France, Boutsen Aviation, Fashion for Floors, Héli Air Monaco, Relais & Châteaux, Alain Ducasse Entreprise, la Chambre Monégasque de la Haute Joaillerie, British Airways, Pommery, le Financial Times, Silversea et Harvey Nichols.

Un site dédié a été crée à cette occasion www.london29.com et 90 news publiées pour communiquer en amont et après la soirée.

- Fashion for Floors partenaire de la Direction du Tourisme et des Congrès de Monaco <http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Fashion-for-Floors-partenaire-de-la-Direction-Tourisme-et-des-Congrès-de-Monaco>

LANCER UNE NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES

- 4.6 **Lancer un plan de communication innovant sur internet (web 2.0).**
Mise en ligne d'un site dédié à l'opération « A Night in Monaco » qui a eu lieu à Londres le 29 septembre à la Saatchi Gallery www.london29.com
- 4.7 **Consolider la publicité dans la presse professionnelle incluant les suppléments annuels exclusifs à la Destination Monaco.**
- La DTC Monaco a publié le supplément d'automne « Monaco, Une saison d'Art et d'Événements » le 6 septembre, mettant en valeur les différentes offres de la Destination. Une version pdf est téléchargeable sur le site www.visitmonaco.com ce supplément trimestriel est systématiquement traduit en plusieurs langues et distribué lors des conférences de presse organisées par la DTC à l'étranger.

- Le **Bureau de Hanovre** a publié un supplément dans le magazine de luxe « Connaisseur Circle » en collaboration avec le TO Airtours. Publication d'articles sur les offres d'hiver ainsi que sur les SPAS.

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

- 2-3 août : Julien Blanc-Gras France Soir (France)
- 19-21 août : John Newton Mice BTN Consumer (Australie)
- 23-30 août : Travel & News
- 27-30 sept : Franka Hening Spa Inside (Allemagne)
- 28 sept - 1er oct : Mireille Gignoux Détours en France

4.10 Créer un intranet spécifique presse / médias.

Un serveur http dédié, ainsi qu'un espace réservé exclusivement à la presse professionnelle ont été créés sur le site www.london29.com dans le cadre de l'organisation de la Soirée « A Night in Monaco » à Londres, le 29 septembre.

Orientation 5 - Relancer la saison hivernale

HIERARCHISER LES MARCHES

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

- Le **Bureau de NY** a participé à MPI Wec à Las Vegas du 24 au 27 juillet - stand et dîner en partenariat avec Atout France
- Le **Bureau de Sydney** a participé du 7 au 10 septembre au Workshop Atout France à Sydney, Melbourne et Auckland - 1500 participants
- La **Direction du Tourisme** a participé aux Journées Partenariales organisées par Atout France à Ajaccio les 28 et 29 septembre (rencontre avec 10 bureaux d'Atout France - Afrique du Sud, Scandinavie, Australie, Israël, Brésil, Inde, Pologne, Espagne, Belgique, Russie, Mexique, Moyen Orient.
- Publication au mois d'août d'un article sur la Principauté en tant que destination pour le Tourisme d'Affaires sur la revue Atout France Chine.

5.4 Développer la mise en marché de nouvelles offres adaptées.

Voir points 4.5 et 5.7

DEFINIR LES SEGMENTS DE CLIENTELES

5.6 Lancer une nouvelle campagne de relations publiques.

- Le **Bureau de Tokyo** a mis en place une collaboration avec l'agence de voyage « Tabi Kobo ». La destination Monaco est représentée sur leur site internet ainsi que les Hôtels de Paris, Hermitage, Fairmont, Métropole Monte-Carlo, Port Palace. 19 réservations ont été enregistrées en un mois. http://www.tabikobo.com/tabicole/_f1.html
- Voir point 4.5 - Opération A Night in Monaco organisé avec le Bureau de Londres le 29 septembre www.london29.com

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

- Conférence de presse au Luxembourg le 2 juillet, 20 journalistes
"A l'occasion de la représentation de l'orchestre Philharmonique de Monte-Carlo au Luxembourg, la Direction du Tourisme et des Congrès de Monaco réunit les médias Luxembourgeois." <http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Monaco-au-Luxembourg>
- Conférences de presse Scandinavie - 15-17 septembre (Oslo, Stockholm, Copenhague) - une dizaine de journalistes dans chaque ville - Partenaire présent : **Méridien Beach Plaza** (le chef sommelier Dominique Milardi a fait une dégustation de vins durant les conférences).
- Conférence de presse à Londres le 29 septembre à la Saatchi Gallery – 50 journalistes
Présents à la soirée

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

- **Le Bureau de Représentation à Hanovre** a organisé une opération de promotion de la Destination à l'aéroport de Francfort - Promotion de la destination Loisir et de la saison d'hiver - Passage d'environ 8500 passagers - Stand et distribution de 3000 documents
- **La DTC Monaco** poursuit ses accueils Tourisme de Loisir afin de promouvoir la destination auprès des tour operators et agences. Ce trimestre 4 accueils ont été organisés :
 - Eductour avec le **Bureau de Tokyo** - 20-21 septembre (Club Tourism international Nagoya et Kuoni Travel Japan Ltd)
 - Eductour avec « Kirker Holidays » dans le cadre d'un séjour de familiarisation à bord du Star Clipper.
 - Organisation d'un Eductour "Inde", 10 agents de voyages en collaboration avec le **Bureau de New Delhi**

LES TOUR OPERATORS « PASSEPORT »

5.7.2 Recherche de nouveaux partenaires « Passeport » sur les marchés cibles prioritaires.

L'évolution du produit « Passeport » est actuellement en cours ; la version papier actuelle sera remplacée par une version électronique qui permettra d'élargir les différentes offres, non seulement aux tour opérateurs déjà partenaires de l'offre mais également à de nouveaux tour opérateurs spécialisés, agences de voyages, services de conciergerie etc. Les offres pourront être modulées en fonction des cibles pendant des périodes déterminées. La mise en ligne officielle devrait avoir lieu début 2011.

LES TOUR OPERATORS SPECIALISES

5.7.3 Outre la commercialisation du Passeport - recherche de tour opérateurs spécialisés de « niche ».

- La DTC Monaco a approché en août le tour operator de niche britannique « Abercrombie » pour une éventuelle collaboration.
- Le **Bureau de Tokyo** a démarché l'agence Kinki Nippon Tourist Corp afin de mettre en place un projet de tour pédestre de la Principauté en collaboration avec Duke Saraie , en mars 2011 - un communiqué spécifique sera publié par l'agence de voyage et mis en ligne afin d'assurer la promotion de ce nouveau type de séjour.

LES ORGANISATEURS DE VOYAGES SPECIALISES

- 5.7.8 Poursuivre la programmation des salons grand public et salons Tourisme de Loisir.
- Le **Bureau de Tokyo** a participé du 7 au 8 août à la IYASHI Healing Fair 2010 - diffusion de documentation sur les spas (Willow Stream, ESPA, Thermes Marins de Monte-Carlo et Spa des Cinq Mondes)
 - Le **Bureau de Tokyo** a participé du 24 au 26 septembre à la « JATA World Travel Fair 2010 », un des plus grands salons du voyage au Japon où plus de 30 pays sont représentés ; Stand dans l'espace « Meet the World »

5.8 METTRE SUR PIED UNE STRATEGIE SPECIFIQUE POUR RECHERCHER DE GRANDES MANIFESTATIONS DU TOURISME D'AFFAIRES ».

- Organisation par le **Bureau de Représentation à Londres** d'un sales blitz itinérant au cœur de Londres. Une opération « séduction » originale à bord d'un double decker londonien entièrement customisé aux couleurs de Monaco afin de se rendre auprès des différentes entreprises. 9 rendez-vous en deux jours avec l'ensemble des partenaires hôteliers monégasques. <http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Monaco,-op%C3%A9ration-de-s%C3%A9duction-en-Double-decker-%C3%A0-Londres>

SPA / REMISE EN FORME

5.9.2 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.

- Le **Bureau de Tokyo** a participé du 7 au 8 août à la IYASHI Healing Fair 2010 - diffusion de documentation sur les spas (Willow Stream, ESPA, Thermes Marins de monte-Carlo et Spa des Cinq Mondes)

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

- Le **Bureau de Hanovre** a publié un supplément dans le magazine de luxe « Connaisseur Circle » en collaboration avec le TO Airtours. Publication d'articles sur les offres d'hiver ainsi que sur les SPAS.

En outre, 4 news ont été publié ce trimestre sur ce sujet :

- Au Fairmont Monte-Carlo, vivez le Spa en duo
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Au-Fairmont-Monte-Carlo,-vivez-le-Spa-en-duo>
- Nouveau « Spa menu » au Métropole Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Nouveau-%C2%AB-Spa-menu-%C2%BB-au-M%C3%A9tropole-Monte-Carlo>
- Au Métropole Monte-Carlo, des cours de remise en forme
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Au-M%C3%A9tropole-Monte-Carlo,-des-cours-de-remise-en-forme>
- Les Thermes marins de Monte-Carlo, une nouvelle philosophie : la régénération
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Les-Thermes-marins-de-Monte-Carlo,-une-nouvelle-philosophie-la-r%C3%A9g%C3%A9n%C3%A9ration>

PROMENADES ET RANDONNEES PEDESTRES

5.9.9 Compléter l'image de Monaco avec la dimension des randonnées pédestres.

- Le **Bureau de Tokyo** a démarché l'agence Kinki Nippon Tourist Corp afin de mettre en place un projet de tour pédestre de la Principauté en collaboration avec Duke Saraie , en mars 2011 - un communiqué spécifique sera publié par l'agence de voyage et mis en ligne afin d'assurer la promotion de ce nouveau type de séjour.
- La DTC est entrain de finaliser un document permettant d'informer les visiteurs de la démarche éco-responsable de la Principauté. Ce document invitera le visiteur à découvrir Monaco d'une façon plus responsable en compensant son émission de gaz à effet de serre, à utiliser les moyens de déplacement intra muros mis à sa disposition,

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.

De nombreuses newsletters ont été mises en ligne afin de promouvoir les offres gastronomiques variées de la Destination pendant la saison estivale :

- Patrick Raingeard , une référence gastronomique et créative à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Patrick-Raingeard-,une-référence-gastronomique-et-créative-à-Monaco>
- Nouvelle table italienne à Monaco (La Trattoria d'Alain Ducasse)
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Nouvelle-table-italienne-à-Monaco>
- Les BBQ du Méridien Beach Plaza Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Les-BBQ-du-Méridien-Beach-Plaza-Monaco>
- L'équipe de Sushi Saito à l'Hôtel Métropole Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/L'équipe-de-Sushi-Saito-à-l'Hôtel-Métropole-Monte-Carlo>
- Mandarine à Monte Carlo, des formules créatives
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Mandarine-%C3%A0-Monte-Carlo,-des-formules-cr%C3%A9atives>
- L'Argentin Grill reçu «cinq sur cinq» et de l'or en «bar» au Fairmont Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/L%E2%80%99Argentin-Grill-re%C3%A7u-%C2%ABcinq-sur-cinq%C2%BB-et-de-l%E2%80%99or-en-%C2%ABbar%C2%BB-au-Fairmont-Monte-Carlo>
- Le Geisha et le Samouraï à déguster au Columbus Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Le-Geisha-et-le-Samoura%C3%AF-%C3%A0-d%C3%A9guster-au-Columbus-Monte-Carlo>
- Monaco les pieds dans l'eau
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Monaco-les-pieds-dans-l%27eau>
- Cuisine sur le pouce au Monte-Carlo Bay
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Cuisine-sur-le-pouce-au-Monte-Carlo-Bay>
- A Monte-Carlo, Mandarine une invitation au voyage gastronomique
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/A-Monte-Carlo,-Mandarine-une-invitation-au-voyage-gastronomique>
- Actualité des restaurants Joël Robuchon Monte-Carlo et Yoshi
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Actualit%C3%A9-des-restaurants-Jo%C3%ABl-Robuchon-Monte-Carlo-et-Yoshi>

- Nuit de l'hôtellerie à Monaco
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Nuit-de-l%E2%80%99h%C3%B4tellerie-%C3%A0-Monaco>
- A Monaco un nouveau décor pour le Vistamar
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/A-Monaco-un-nouveau-d%C3%A9cor-pour-le-Vistamar>
- MC2d à Monaco, un restaurant jeune et dynamique
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/MC2d-%C3%A0-Monaco,-un-restaurant-jeune-et-dynamique>
- Récompenses de la nuit de l'hôtellerie à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Récompenses-de-la-nuit-de-l'hôtellerie-à-Monaco>

5.9.15 Créer un programme de dégustation de vins.

- Le chef sommelier du Meridien Beach Plaza, Dominique Milardi a organisé une dégustation de vins durant le Roadshow organisé en Scandinavie par la DTC.

5.9.16 Mettre en valeur les nombreux lounges.

Mise en ligne de 3 newsletters ce trimestre sur le site www.visitmonaco.com

- Les Mojitos du Fairmont Monte-Carlo pour en boire de toutes les couleurs !
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Les-Mojitos-du-Fairmont-Monte-Carlo-pour-en-boire-de-toutes-les-couleurs>
- "Purple Fantasy "au Sea Lounge Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/%22Purple-Fantasy-%22au-Sea-Lounge-Monaco>
- Soirées Funky Soul au Columbus Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Soir%C3%A9es-Funky-Soul-au-Columbus-Monte-Carlo>

SHOPPING

5.9.20 Créer avec les partenaires déjeuners / dîners défilés de mode.

Un défilé de mode a été organisée le 29 septembre à Londres en partenariat avec Harvey Nichols dans le cadre de l'organisation de la soirée « A Night in Monaco » à Londres le 29 septembre, au cours de laquelle 1 500 londoniens triés sur le volets ont été conviés. Le défilé s'est articulé autour de trois thèmes principaux « A Shopping Day in Monte-Carlo », « A Cocktail at the Monte-Carlo TV Festival », « An evening at the Casino de Monte-Carlo »

5.9.22 Activer, animer et actualiser le site « Monaco Shopping Experience »

L'opération d'ouverture des commerces, renommée « Enchanter moi Monaco » a été reconduite cet été avec succès de mi-juillet à mi-août 2010. <http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Le-Dimanche-à-Monaco-c'est-shopping>

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 publication dans les supports habituels de la DTC, de nombreuses newsletters ont été publiées sur les événements culturels de la Principauté pendant la saison estivale :

- Le Japon célébré à l'hôtel Métropole Monte-Carlo du 13 au 17 juillet 2010
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Le-Japon-célébré-à-l'hôtel-Métropole-Monte-Carlo-du-13-au-17-juillet-2010>
- L'artiste Mark McFadden expose à l'association des jeunes monégasques cet été
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/L'artiste-Mark-McFadden-expose-à-l'association-des-jeunes-monégasques-cet-été>

- Les œuvres d'Hiro Ando sont au Métropole Monaco cet été
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Les-œuvres-d'Hiro-Ando-sont-au-Métropole-Monaco-cet-été>
- Les sculptures de Richard Mas exposées au Novotel Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Les-sculptures-de-Richard-Mas-exposées-au-Novotel-Monte-Carlo>
- Une exposition Pop Art à Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Une-exposition-Pop-Art-à-Monte-Carlo>
- Concours International de Feux d'artifice pyromélodiques sur le port de Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Concours-International-de-Feux-d%E2%80%99artifice-pyrom%C3%A9lodiques-sur-le-port-de-Monaco>
- 15ème Journée européenne du Patrimoine : Monaco et le sport
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/15%C3%A8me-Journ%C3%A9e-europ%C3%A9enne-du-Patrimoine-Monaco-et-le-sport>
- En course à Monaco, pour le TriStar 2010
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/En-course-%C3%A0-Monaco,-pour-le-TriStar-2010>
- Le Monte-Carlo Film Festival de la Comédie célèbre ses 10 ans
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Le-Monte-Carlo-Film-Festival-de-la-Com%C3%A9die-c%C3%A9l%C3%A8bre-ses-10-ans>
- A Monaco, ouverture de la Villa Paloma
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/A-Monaco,-ouverture-de-la-Villa-Paloma>
- 15° Journées Européennes du Patrimoine à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/15°-Journées-Européennes-du-Patrimoine-à-Monaco>

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

Les diverses expositions et spectacles au Grimaldi Forum Monaco pendant la saison d'été ont fait l'objet de nombreuses news sur le site de la DTC :

- Leonard De Vinci en septembre au Grimaldi Forum Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Leonard-De-Vinci-en-septembre-à-Monaco>
- Nouveau rendez vous pour la haute joaillerie internationale à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Nouveau-rendez-vous-pour-la-haute-joaillerie-internationale-à-Monaco>
- Samourais et Mangas, l'exposition « made in Japan » pour l'été à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Samourais-et-Mangas,-l'exposition-«-made-in-Japan-»-pour-l'été-à-Monaco>
- « Faste et protocole » pour l'inauguration de l'exposition d'été à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/%C2%AB-Faste-et-protocole-%C2%BB-pour-l%E2%80%99inauguration-de-l%E2%80%99exposition-d%E2%80%99%C3%A9t%C3%A9-%C3%A0-Monaco>
- Ateliers de Calligraphie Japonaise au Grimaldi Forum Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Ateliers-de-Calligraphie-Japonaise-au-Grimaldi-Forum-Monaco>
- Crazy for Gershwin au Grimaldi Forum Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Crazy-for-Gershwin-au-Grimaldi-Forum-Monaco>
- Concert de l'Orchestre Philharmonique de Monaco, dimanche 26 septembre
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Concert-de-l'Orchestre-Philharmonique-de-Monaco,-dimanche-26-septembre>

5.9.27 Optimiser le capital de notoriété mondiale de l'équipe de football de la Principauté et mettre en valeur les nombreux matchs se déroulant à domicile.

La Principauté de Monaco a, une nouvelle fois accueilli la finale de la Coupe de l'UEFA ainsi que le tirage au sort de la prochaine saison le 27 août dernier.

- UEFA 2010 à Monaco Inter de Milan contre Atlético de Madrid
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/UEFA-2010-%C3%A0-Monaco-Inter-de-Milan-contre-Atl%C3%A9tico-de-Madrid>

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

Mise en ligne de 5 newsletters :

- Une première Mondiale pour l'opéra de Monte-Carlo et le Musée Océanographique de Monaco
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Une-premi%C3%A8re-Mondiale-pour-l%27op%C3%A9ra-de-Monte-Carlo-et-le-Mus%C3%A9e-Oc%C3%A9anographique-de-Monaco>
- Première d'Un opéra futuriste pour Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Premi%C3%A8re-d%27Un-op%C3%A9ra-futuriste-pour-Monte-Carlo>
- Le Métropolitain Opéra de New York en direct à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Le-M%C3%A9tropolitain-Op%C3%A9ra-de-New-York-en-direct-%C3%A0-Monaco>
- Une création mondiale à l'Opéra de Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Une-cr%C3%A9ation-mondiale-%C3%A0-l%27Op%C3%A9ra-de-Monte-Carlo>
- Juan Diego Florez à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Juan-Diego-Florez-%C3%A0-Monaco>

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.

- « Man in the mirror » en exclusivité au Monte-Carlo Sporting Summer Festival
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/«-Man-in-the-mirror-»-en-exclusivit%C3%A9-au-Monte-Carlo-Sporting-Summer-Festival>
- Ouverture du Buddha Bar Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Ouverture-du-Buddha-Bar-Monte-Carlo>
- La rentrée au Moods Monte-Carlo
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/La-rentre%C3%A9e-au-Moods-Monte-Carlo>
- Tartine, à Monaco un restaurant très créatif
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Tartine,-%C3%A0-Monaco-un-restaurant-tr%C3%A8s-cr%C3%A9atif>

5.9.33 Collaborer étroitement avec le service marketing de la SBM pour le développement des formations aux jeux pour les touristes séjournant à Monaco.

Le Casino de Monte-Carlo a participé à une opération de séduction organisée le 29 septembre à la Saatchi Gallery de Londres en recréant un espace Casino où les 1 500 invités triés sur le volet ont pu découvrir l'exaltation d'une soirée passée au Casino de Monte-Carlo www.london29.com

Le Casino de Monte-Carlo a eu la possibilité de convier ses meilleurs clients à cette soirée « porte ouverte » sur la Principauté.

JARDINS

5.9.36 Développer une communication adaptée.

- La programmation d'été du Jardin Exotique de Monaco
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/La-programmation-d%27%C3%A9t%C3%A9-du-Jardin-Exotique-de-Monaco>
- Rencontres Australes au Jardin Exotique de Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Rencontres-Australes-au-Jardin-Exotique-de-Monaco>
- Monaco, ballade dans de superbes jardins publics.
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Monaco,-ballade-dans-de-superbes-jardins-publics>
- A voir à Monaco : une exposition de sculptures au Jardin Exotique
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/A-voir-à-Monaco-une-exposition-de-sculptures-au-Jardin-Exotique>
- Reprise des ateliers créatifs au Jardin Exotique de Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Reprise-des-ateliers-cr%C3%A9atifs-au-Jardin-Exotique-de-Monaco>
- Festivités au Jardin Japonais de Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Festivit%C3%A9s-au-Jardin-Japonais-de-Monaco>

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

Afin de promouvoir les jardins de la Principauté de Monaco, une roseraie Princesse Grace a été reconstituée dans un des espaces dédiés lors de la soirée « A Night in Monaco » organisée le 29 septembre à Londres. www.london29.com

HELICOPTERES - HELI AIR MONACO

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

La société **Héli Air Monaco** a été étroitement associée à l'organisation de la soirée « A Night in Monaco », organisée à la Saatchi Gallery à Londres le 29 septembre. Héli Air a généreusement offert 50 transferts hélicoptère ainsi que 4 vols panoramiques de 15 minutes au dessus de la Principauté dans le cadre de la vente aux enchères silencieuse organisée au profit de l'Association du Prince de Galles « The Prince's Trust » et de la Fondation Prince Albert II de Monaco.

5.9.40 Intégrer les différentes prestations d'héli Air Monaco dans les propositions faites aux organisateurs de voyages de stimulation.

18 transferts hélicoptère ont été réservés dans le cadre des visites d'inspection tourisme d'affaires entre juillet et fin septembre 2010

MUSEES ET CENTRES D'INTERETS

5.9.43 Renforcer la diffusion de dépliant proposant des coupons de réduction.

Diffusions de coupons (loisirs et Cruise kit) centres attractifs entre juillet et septembre 2010 :

• Sun Casino	95
• Café de Paris	83
• Héli Air	272
• Monaco Tour	2883
• ASM	49
• Chapelle Visitation	116
• Palais Princier	4644
• Jardin Animalier	685
• Jardin Exotique	1299
• Monte-Carlo Story	130
• Musée Timbres	37
• Musée napoléonien	90
• Musée naval	66
• Musée Océanographique	7511
• Stade Louis II	253
• Top Cars	930

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

DEVENIR CHAQUE ANNEE PLUS PERFORMANT EN VALORISANT LES PRODUITS :
« MONACO MEETINGS », « MONACO INCENTIVE » ET « MONACO BOARD MEETINGS ».

6.1 Evaluer en permanence les résultats obtenus par le biais de rapports et tableaux de bord réguliers.

- Publication en juillet du bulletin 1^{er} semestre 2010 (indicateurs) pour transmission au Département des Finances
- Mise en ligne, en juillet, sur le site www.visitmonaco.com des tableaux de bord 1^{er} semestre 2010

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

Deux réunions ont eu lieu ce trimestre avec les partenaires hôteliers et le CVB :

- 6 juillet au Novotel - Dossiers Monaco meetings en cours, thèmes pour les newsletters MICE etude de la concurrence EMEA du GFM, EPCA propositions pour 2013 et 2014, sales blitz à Londres du 28 au 30 septembre, opération destination Monaco à Paris le 14 octobre et eductour Inde (TA) en novembre.
- 24 septembre au Grimaldi Forum Monaco - Produit Monaco Meetings et évolution de l'offre, brief campagne de communication co-brandée DTC/GFM.

OPTIMISER LES METHODES ET MOYENS DE PROMOTION

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

Une réunion a eu lieu entre la DTC, les hôteliers et le **Grimaldi Forum Monaco** afin de mettre sur pied les grandes lignes d'un plan de relance agressif du tourisme d'affaires notamment sur les marchés :

- France (priorité N°1)
- Grande Bretagne
- Italie
- Allemagne

Et sur les segments :

- associations (priorité n°1 - Bruxelles étant le siège de très nombreuses associations, la capitale européenne devra faire partie de la stratégie attachée au marché français)
- automobile (notamment en France et en Allemagne)
- médical et pharmaceutique (en s'appuyant sur notre brochure "Pôle santé")

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.

SALES BLITZ, SALES CALLS, ROADSHOWS, WORKSHOPS, SEMINAIRES DE FORMATION ET TOURNEES

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

SALES BLITZ, WORKSHOPS et SEMINAIRES DE FORMATION

BUREAU DE MILAN

- 21 juillet à Varese - sales blitz auprès de 2 agences et 5 entreprises
- 21-23 septembre à Rome, sales blitz auprès de 5 agences et 4 entreprises. Partenaires présents : Monte-Carlo SBM, Méridien Beach Plaza, Fairmont Monte-Carlo

BUREAU DE LONDRES

- 29-30 septembre à Londres - sales blitz itinérant ; 9 rendez-vous auprès d'agences spécialisées dans le tourisme d'affaires. Les partenaires se sont rendus auprès du client à bord d'un bus londonien customisé. Partenaires présents : Méridien beach Plaza, Monte-Carlo SBM, Grimaldi Forum Monaco, Columbus Monte-Carlo, Port Palace, Novotel Monte-Carlo, Fairmont Monte-Carlo

BUREAU DE HANOVRE

- 10-11 août à Dresden et Leipzig - 7 rendez-vous agences
- 23 septembre à Würzburg - organisation d'un workshop MICE avec l'agence Acanto - 27 participants OPC - partenaires présents Allied et Méridien Beach Plaza

FRANCE

- 30 septembre à Paris la Défense - petit déjeuner de présentation de la Destination (Tourisme d'Affaires) - 7 agences, 1 entreprise et 1 journaliste - partenaires présents: Columbus Monte-Carlo, Grimaldi Forum Monaco

BUREAU DE SHANGHAI (séminaires de présentation tourisme d'affaires)

- 8-9 août à Shanghai - séminaire pour 17 vendeurs de Miki Travel Shanghai
- Août à Shanghai - séminaire pour 11 vendeurs de Shanghai Int. Travel services Co. Ltd.
- Août à Shanghai - séminaire pour Skyway Business Int; travel Service Co. Ltd.

BUREAU DE MOSCOU

- 29 septembre à Moscou - Séance de formation pour agences et vendeurs chargés de Tourisme d'Affaires (32 personnes)

BUREAU DE SYDNEY

- 1^{ER} juillet à Brisbane - séance de formation et présentation de la Destination pour agents (27 pax)
- Septembre Sydney et Melbourne - Séance de formation pour agents et tout operators (40 pax)
- 7-10 septembre à Sydney, Melbourne et Auckland - participation au Workshop Atout France - 1400 participants

BUREAU DE TOKYO

- 25 août à Tokyo - séance de formation pour 14 vendeurs de l'agence « Club Tourisme Inc. »

SCANDINAVIE

- Roadshow en Scandinavie du 15 au 17 octobre - organisation de trois présentations à Oslo, Copenhague et Stockholm avec le **Méridien Beach Plaza**
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Roadshow-en-Scandinavie-pour-la-DTC-Monaco-avec-Dominique-Milardi>

Monaco, destination rêvée des Scandinaves

<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Monaco,-destination-rêvée-des-Scandinaves>

SALONS PROFESSIONNELS TOURISME D'AFFAIRES

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.

USA

- 14 juillet à Toronto - Conférence SITE (150 participants)
- 21 juillet à New-York - Participation à la Conférence Luxury marketing Council
- 24 au 27 juillet à Vancouver - MPI - WEC- Stand et dîner pour 30 pax en partenariat avec Atout France - Networking - 2500 participants
- 12 au 18 août à Genève - Trailblazers - rencontre éducative pour des organisateurs de congrès - 50 agences et 9 entreprises présentes. Partenaires : **Allied, lafayette, Cambiasso et Risso, WTT, Grimaldi Forum Monaco, Fairmont Monte-Carlo, Monte-Carlo SBM, Méridien Beach Plaza, Métropole Monte-Carlo, Silversea**
- 12 août à Atlanta - SITE Summer supper - 150 participants (organisateur de congrès) - organisation d'un souper - 13 contacts agences
- 28 septembre - SITE à New York - 50 participants
- 19 au 21 septembre à Palm Beach - Meeting & Incentive Forum - Meeting and Incentive planners - rencontres individuelle et networking - 25 rendez-vous dont 23 agences et 2 entreprises. Partenaires présents : **Grimaldi Forum Monaco et Monte-Carlo SBM**

SHANGHAI

- 8 au 9 septembre - Visite du Salon CIBTM à Pékin

MOSCOU

- 21 au 23 septembre à Moscou - participation en tant que visiteur au salon MIBEXPO, spécialisé dans le tourisme d'affaires afin d'évaluer le potentiel pour une éventuelle participation en 2011.

LONDRES

- 4-6 juillet - Eventia Summer Conference à Glasgow (160 participants) networking sur 3 jours - Partenaire présent : Méridien Beach Plaza

MILAN

- 10-11 septembre à Treviso - Full Contac Meeting Planners (workshop en collaboration avec l'agence ediman - 20 rendez-vous pré programmés) - Partenaire présent : Méridien beach Plaza.

OPERATIONS PONCTUELLES « DESTINATION MONACO »

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).

ITALIE

- 18 septembre - Organisation d'une soirée destination Monaco au Barolo Golf Club en collaboration avec la **Chambre de Développement Economique de Monaco** - 120 participants, industriels de la région et membres de ce prestigieux golf club. Organisation d'une compétition de golf, suivie d'une dîner avec remise de prix et séjours en Principauté. <http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/La-Direction-du-Tourisme-et-des-Congrès-de-Monaco-en-Italie>

GRANDE BRETAGNE

- 29 septembre à Londres - Organisation d'une soirée de prestige à la Saatchi Gallery à Londres - 1600 participants triés sur le volet (voir détails point 4.5)

ACCUEILS ET VISITES D'INSPECTION TOURISME D'AFFAIRES

6.5.4 Renforcer la sélection des invités, affiner le programme de visites et ouvrir de nouveaux marchés pour un meilleur retour sur investissements.

7 accueils et visites d'inspection tourisme d'affaires ont eu lieu ce trimestre en Principauté :

- 12-13 Juillet - Agence Profive - 2 pax
- 25 au 27 juillet - Visite d'inspection du JTB Europe du avec SBM Tokyo deux nuits à l'Hôtel Hermitage 40 pax
- 4 septembre - SFODF - 12 pax
- 21 septembre - ISF - 3 pax
- 28 septembre - EDF - 6 pax
- 29 septembre - Schlumberger - 3 pax
- 27+28 septembre - Eurofinance - 3 pax

COMMUNICATION

6.5.5 Développer une signature commune.

L'Etude d'une opération de communication commune avec le **GFM**, visant à relancer les groupes Monaco Meetings est actuellement en cours de réflexion et devrait voir le jour début 2011.

PUBLICITE TRADITIONNELLE

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

- Insertion gratuite dans le magazine M & IT du mois de septembre (tourisme d'affaires)
- Mise en place de la deuxième campagne d'affichage dans les aéroports (Tourisme de Loisir) :
 - Italie, aéroport de Rome Fiumicino du 15 au 30 septembre
 - Allemagne, Aéroport de Francfort du 23 septembre au 6 octobre
 - Angleterre, aéroport de Gatwick du 13 au 26 septembre

SUPPLEMENTS DANS MAGAZINES PROFESSIONNELS

6.5.7 Poursuivre la publication de suppléments sur marchés ciblés.

Voir point 4.5.7

- Le **Financial Times** a publié un supplément de 6 pages dédié à Monaco le 29 septembre 2010, date à laquelle la soirée « A Night in Monaco » fût organisée à la Saatchi Gallery.
<http://www.ft.com/reports/monaco-2010>

DEVELOPPER LES ACTIONS EN PARTENARIAT

AMBASSADES ET CONSULATS

6.7 Ambassades et Consuls

- Organisation de la soirée « A Night in Monaco » le 29 septembre à Londres en collaboration avec l'**Ambassade de la Principauté de Monaco à Londres** - 1500 invités
- Organisation d'une soirée « Monaco Private label » à Washington DC en étroite collaboration avec l'Ambassade de Monaco aux Etats-Unis (voir Orientation 11)

CDE / AMAF

6.8 CDE / AMAF

- Participation de la **CDE** à la soirée destination Monaco organisée par le Bureau de Milan au Barolo Golf Club le 18 septembre.
- Partenariat avec la **CDE** dans le cadre de l'organisation de la soirée "A Night in Monaco" le 29 septembre à Londres

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.
- Monaco au Luxembourg - représentation le 2 juillet 2010 de l'orchestre Philharmonique de Monte-Carlo - la Direction du Tourisme a organisé une présentation pour la presse professionnelle (participation d'une vingtaine de journalistes) et offert un cocktail à l'issue du concert. <http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Monaco-au-Luxembourg>
- 6.11 Explorer la faisabilité d'organisation d'événements culinaires à l'étranger.
- Participation active du **Chef Alain Ducasse** dans le cadre de l'organisation de la soirée « A Night in Monaco » le 29 septembre à Londres. Le cocktail dînatoire a entièrement été signé Alain Ducasse et un stand provençal animé par ses équipes a permis aux 1 500 invités de découvrir la variété gastronomique du Sud de la France.
 - Le **Bureau de New York** a mis en ligne un communiqué de presse afin d'annoncer la semaine culinaire monégasque à new York du 11 au 16 octobre prochain « Monaco takes New York on a Culinary Journey »

DEVELOPPER LES CONGRES ET CONFERENCES MEDICALES ET PARAMEDICALES

- 6.13 Créer un fichier spécifique et concevoir une approche ciblée des organisateurs congrès médicaux et para médicaux.
2 congrès médicaux et une rencontre sur la maladie d'Alzheimer ont été organisés ce trimestre en Principauté :
- Séminaire Allergy Therapeutics du 20 au 22 juillet au Fairmont Monte-Carlo 20 pax
 - Conventions Novartis FIDEP & Top du 26 au 29 septembre au Grimaldi Forum 1500 pax
 - Dîner contre la maladie d'Alzheimer - 20 septembre
<http://www.visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Monaco-engag%C3%A9-contre-la-maladie-Alzheimer>
 - La Principauté de Monaco se mobilise pour La journée mondiale de L'Alzheimer
<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/La-Principaut%C3%A9-de-Monaco-se-mobilise-pour-La-journ%C3%A9e-mondiale-de-L'E2%80%99Alzheimer>
 - Le **Bureau de Tokyo** a créé un lien sur son site web dédié avec le site japonais d'euromedicom.
<http://www.euromedicom.jp> - www.micemonaco.jp

Par ailleurs, un plan de relance du Convention Bureau est prévu sur le secteur pharmaceutique en France, Grande-Bretagne, Italie, Allemagne.

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

ANALYSER LES BESOINS DES ORGANISATEURS DE CROISIÈRES ET LES ATTENTES DES CROISIERISTES

8.1 Mettre en place les services et produits découlant des résultats de l'étude lancée au 4ème trimestre à l'initiative du Gouvernement Princier.

La DTC vient de mettre en place le « Monaco Cruise Bureau » dont l'objectif est de :

1. Positionner Monaco comme principal port d'attache des navires de croisière haut de gamme et luxe programmant la Méditerranée.
2. Optimiser les retombées économiques des croisières au profit de la Principauté et plus particulièrement :
 - a. des commerces de luxe et plus largement de l'ensemble des points de vente potentiellement concernés par les croisiéristes-consommateurs
 - b. de l'hôtellerie, de la restauration et des bars
 - c. des manifestations culturelles et sportives
 - d. des entreprises de services et de transport
 - e. des musées et centres attractifs
3. Devenir la référence en matière d'accueil des passagers et des équipages
4. En partenariat étroit avec la SEPM, assurer la promotion de Monaco auprès des compagnies de croisières ciblées prioritairement (luxe et têtes de ligne) par la création :
 - a. d'une cellule marketing et communication ad hoc au sein de la DTC (plan d'action annuel)
 - b. d'un budget de promotion
5. Assurer le lien permanent avec l'ensemble des acteurs monégasques liés directement ou indirectement à l'industrie de la croisière

DEVELOPPER DES PARTENARIATS SUR LES MARCHES INTERNATIONAUX AVEC LES PRINCIPALES COMPAGNIES DE CROISIÈRES

8.3 Etablir une base de données exhaustive des compagnies de croisières potentiellement concernées par Monaco.

La DTC est actuellement entrain de constituer, par le biais du CRM une base de données incluant les intermédiaires concernés directement ou indirectement par l'industrie de la croisière:

1. décideurs des compagnies de croisières
2. tour opérateurs et agents de voyages spécialisés
3. médias et journalistes spécialisés croisières

RENFORCER LES METHODES ET OUTILS EXISTANTS

8.6 Renforcer la qualité d'accueil des croisiéristes.

L'été 2010 est celui de tous les records pour les croisières aussi bien en nombre d'escales qu'en nombre de passagers :

- 105 escales ont généré 163 625 passagers.
- 42 escales en tête de lignes ont vu 6804 passagers embarquer et 9607 passagers débarquer.

Le mois de septembre a largement dépassé le mois de mai avec 61 989 passagers et 42 escales. Les 34 escales du mois d'août ont amené 55 773 passagers.

8.7 Poursuivre la distribution du « Monaco Welcome Cruise Kit » aux croisiéristes et le rendre téléchargeable sur le site Internet : www.visitmonaco.com.

Voir statistiques distribution de coupons point 5.9.43

8.8 Poursuivre présence annuelle au « Sea Trade » de Miami.

Une présence au Sea Trade de Cannes en décembre 2010 à d'ores et déjà été programmée.

8.9 Lancer une marque regroupant les initiatives marketing des partenaires de la croisière.

Parmi les initiatives qui seraient mises en place dans le cadre de la constitution du « Monaco Cruise Bureau » il est intéressant de noter les points suivants :

- Participation aux principaux salons professionnels de la croisière après définition d'un plan marketing et d'objectifs précis
- Lancement d'une étude via Internet sur l'attractivité de la Destination Monaco auprès des décideurs des compagnies de croisières, des agents maritimes, des tour opérateurs et agents de voyage spécialisés
- Définition d'un plan d'action annuel permettant au Monaco Cruise Bureau, à la SEPM et leurs partenaires de sensibiliser efficacement les décideurs de l'industrie de la croisière sur les principaux marchés émetteurs
- Constitution à moyen terme d'un Conseil de réflexion ou « Advisory Board » composé de personnalités internationales de l'industrie de la croisière dont la mission serait de conseiller efficacement le « Monaco Cruise Bureau » sur ses choix stratégiques et plans d'action. Cette entité pourra se réunir deux fois l'an dont une fois à Monaco.

8.10 Animer réseau commerçants pour développer leurs ventes auprès des croisiéristes.

La Création d'un groupe de travail constitué de représentants de la SEPM, d'hôteliers, de commerçants, d'agents maritimes et de prestataires de services afin de mettre sur pied des stratégies et des produits/offres adaptés est actuellement à l'étude dans le cadre de la constitution du nouveau « Monaco Cruise Bureau ».

Orientation 9 - Optimiser les retombées économiques de la grande plaisance

9.1 Optimiser les retombées économiques.

La mise en place d'une cellule de veille et d'un observatoire économique de la croisière est actuellement en cours. Un tableau de bord mensuel multicritères sera mis en place très prochainement, permettant de mesurer l'activité et les retombées économiques des croisières au profit de l'ensemble des acteurs monégasques concernés par l'industrie de la croisière

9.4 Renforcer la communication des grandes manifestations existantes et optimiser les opportunités de partenariat.

Dans le cadre de la constitution du « Monaco Cruise Bureau » certaines mesures permettront de renforcer la communication, notamment par :

- Création d'un site Internet destiné exclusivement aux croisiéristes, aux équipages et aux professionnels de l'industrie de la croisière
- Réalisation de news régulières adaptées aux différentes catégories d'acteurs figurant dans les bases de données

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

Mise en ligne de 8 offres sur le site « Enchante moi Monaco »

- Soin Hammam aux parfums de TIOUT au tarif de 120 €
Disponible au Monte Carlo Beach Spa
- Forfait "Summer Bay Découverte" à partir de 280 €
au Spa Cinq Mondes du Monte-Carlo Bay
- Flip Flop Attitude au Fairmont Monte Carlo, massage à partir de 119 €
- Soin Grand Néojeunesse aux Thermes Marins de Monte-Carlo au tarif de 220 €
- Forfait Découverte du Spa Willow Stream, à partir de 687 €
- Retrouvez la forme au Willow Stream Spa & Fitness du Fairmont Monte Carlo à partir de 1014 €
Forfait de 2 jours "Remise en Forme" du Willow Stream Spa & Fitness du Fairmont Monte Carlo
- Séjour SPA CINQ MONDES à partir de 380 € au Monte Carlo Bay Hotel & Resort
- Monday Mojito Manicure au Fairmont Monte Carlo à partir de 59 €

10.2.2 Elaborer une stratégie de communication

- La DTC vient de publier, en septembre 2010, une nouvelle brochure intitulée « Moments Mémorables » et mettant en avant l'hôtellerie, le bien être et les sports - (s'adresser au service documentation)

(Voir point 4.7 pour complément d'informations)

- La DTC a accueilli en septembre Franka Haening - journaliste pour le magazine SPA Inside, dans le cadre de la promotion des Spas en Principauté.

PROGRAMME D'ACTIVITES PHYSIQUES

10.2.5 Recenser les activités physiques proposées.

La DTC vient de publier, en septembre 2010, une nouvelle brochure intitulée « Moments Mémorables » et mettant en avant l'hôtellerie, le bien être et les sports - (s'adresser au service documentation de la DTC)

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

- 1 soirée Monaco Private Label s'est tenue en juillet à Washington DC, aux Etats-Unis pour 40 VIPs au Metropolitan Club of the City of Washington en étroite collaboration avec l'Ambassade de Monaco aux Etats-Unis.
- 3 opérations « Monaco Private Label » sont actuellement en cours d'organisation pour le trimestre prochain à Dubai, Abu Dhabi et New-Delhi.

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

14.1 10ème Anniversaire Du Grimaldi Forum Monaco

14.2.6 Optimiser les supports de communication de la DTC et des partenaires (newsletters, brochures d'information, panneaux lumineux...).

De nombreuses newsletters ont été mises en ligne dans le cadre de la promotion des expositions au Grimaldi Forum Monaco- (voir également point 5.9.25)

- Samourais et Mangas, l'exposition « made in Japan » pour l'été à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Samourais-et-Mangas,-l'exposition-«-made-in-Japan-»-pour-l'été-à-Monaco>
- « Faste et protocole » pour l'inauguration de l'exposition d'été à Monaco
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/«-Faste-et-protocole-»-pour-l'inauguration-de-l'exposition-d'été-à-Monaco>

14.2 100ème Anniversaire Du Musée Océanographique

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

Publication de 2 newsletters sur le site de la DTC :

Une première Mondiale pour l'opéra de Monte-Carlo et le Musée Océanographique de Monaco

<http://visitmonaco.com/fr/L%27actu/News/Une-premi%C3%A8re-Mondiale-pour-l%27op%C3%A9ra-de-Monte-Carlo-et-le-Mus%C3%A9e-Océanographique-de-Monaco>

« Les merveilles d'un musée » à L 'Auditorium Rainier III de Monaco »

<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/«-Les-merveilles-d'un-musée-»-à-L-'Auditorium-Rainier-III-de-Monaco-»>

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

16.4 Renforcer l'information.

La mise en place d'un comptoir d'accueil commun avec la Ville de Nice à l'Aéroport de Nice Côte d'Azur (T1 et T2) est actuellement à l'étude et devrait voir le jour d'ici l'été 2011.

16.4.1 Démultiplier les points relais d'information en Principauté.

- Mise en place des kiosques d'information de la saison estivale de mi juin à fin septembre - 45 hôtesses estivales recrutées.
- Très bonne fréquentation du nouveau kiosque permanent d'informations, Allée Sauvaigo - 11 351 personnes y ont été accueillies pendant la saison estivale.

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

- Une application I Phone pour le Monte-Carlo Sporting Summer Festival
<http://www.visitmonaco.com/fr/L'actu/News/Une-appli-I-Phone-pour-le-MonteCarlo-Sporting-Summer-Festival>
- Le Bureau de New York a adressé un emailing a 12 700 contacts afin d'annoncer la mise en ligne du Android Guide pour Iphone et Blackberry.
<http://www.visitmonaco.com/us/ezsearchengine/ezsearchengine/?SearchText=android%20guide&SearchCategorie=107>
<http://visitmonaco.com/us/About-Monaco/Monaco-Travel-Guide>

16.5 Innover constamment dans l'adaptation de la documentation mise à disposition du grand public.

La refonte complète de la documentation touristique, en tenant compte de la nouvelle ligne graphique de la DTC, est actuellement en cours.

Une nouvelle pochette en format berlingot permettant de regrouper les différentes brochures tourisme de loisir à destination du grand public vient de voir le jour, ainsi qu'une nouvelle brochure « Instants Intenses » comportant des informations sur la restauration et les loisirs nocturnes. Elle est disponible en huit langues dont le chinois, le japonais et le russe.

Sont actuellement en cours de réalisation :

- Le nouveau format de plan de la ville
- La brochure « Passé, présent et Devenir » - brochure sur l'histoire, les institutions et l'économie
- La brochure « Moments Mémorables » sur les hôtels, bien être et sport