



« Tendance Mice » concrétise le Grand Paris du tourisme d'affaires

Victoria Hautcoeur

Le premier événement de tourisme d'affaires du Grand Paris se tenait, mercredi 29 juin 2016, à la Philharmonie de Paris (19e arr.) et dans plus de 100 sites, afin de faire découvrir aux professionnels de l'évènementiel les capacités de la métropole dans ce domaine.

Issu de l'association des comités départementaux du tourisme de la Seine-Saint-Denis, des Hauts-de-Seine, du Val-de-Marne, de l'Office du tourisme et des Congrès de Paris, et de l'Office de tourisme de Roissy (Val d'Oise), Tendance Mice est la première journée dédiée au tourisme d'affaires à se dérouler sur le périmètre du Grand Paris.

« Nous organisons déjà ce type d'événement depuis 2006 avec « Le Nord-est parisien fait son Circ » qui fonctionnait très bien, a déclaré Vincent Chartier, responsable promotion et communication du Comité du tourisme de Seine-Saint-Denis. Mais cette année nous souhaitions lui donner plus d'ampleur, afin d'enfin matérialiser ce qu'est le Grand Paris en matière de tourisme d'affaires, lui donner un supplément d'âme. »

A cette occasion, Tendance Mice garantissait la découverte « d'un maximum de lieux nouveaux ou originaux en un minimum de temps ». Et effectivement, au travers de 11 éditeurs, un workshop avec 76 exposants et trois conférences, les participants ont pu avoir un aperçu assez large de ce que le Grand Paris propose dans le domaine touristique. Un rendez-vous qui était destiné aux professionnels du Mice (Meeting incentive convention event) et de l'évènementiel, qu'ils soient décideurs d'entreprises, responsables d'agences, de communication ou assistants de direction.

Offres évènementielles nouvelles ou insolites

La Philharmonie de Paris, décrite par les organisateurs de Tendance Mice comme « l'emblème du Grand Paris », semblait donc le lieu idéal pour accueillir un tel projet. « Ce lieu est gage d'un Paris riche de son élargissement, mais aussi un symbole d'originalité, de culture, de renouveau et de main tendue entre Paris et sa banlieue », estime Vincent Chartier.



Philharmonie de Paris. © VH

Une manifestation que ces organisateurs ont souhaité « inédite » tant par ses contours géographiques (métropole du Grand Paris), que par son positionnement centré sur les offres événementielles nouvelles ou insolites. Ainsi, au programme de ces éductours, on pouvait trouver des visites d'usines réhabilitées, de lieux culturels ou patrimoniaux, de creatives spaces ou la découverte d'architectures spectaculaires. « Nous voulions montrer ce qui bouge dans le Grand Paris, mais aussi ce qui se renouvelle », a souligné Vincent Chartier.

Et cela va du plus classique, avec le Bourget, Moma Event, à des quasi-inconnus de l'événementiel, comme le musée de l'air et de l'espace (Seine-Saint-Denis) ou l'auberge de jeunesse Generator (10e arr.). « Ce sont finalement des lieux qui dévoilent ce visage méconnu d'un Grand Paris qui se réinvente. » En plus de souligner la dynamique de la destination Grand Paris et de favoriser la rencontre entre sites et acheteurs, cet événement a donc également permis d'offrir une visibilité à des lieux habituellement peu présents sur le marché.