

Tourisme de réunions et de congrès et recherche géographique

Une thématique en devenir

SYLVIE CHRISTOFLE _____ [christof@unice.fr]

Géographe, maître de conférences, Université de Nice Sophia-Antipolis,
UMR Espace 7300, Équipe GVE-Tourisme

Résumé. Le tourisme de réunions et de congrès est une thématique de recherche récente en tourisme, notamment en géographie. Peu connue, mal cernée, très peu analysée encore, cette thématique, qui concerne pourtant des centaines de millions de touristes dans le monde chaque année, est d'une approche, il est vrai, malaisée. En effet, se situant à l'interface de différents mondes, associatif, universitaire, de loisirs, entrepreneurial..., le tourisme de réunions et de congrès est composé de multiples facettes. Dans cet article seront principalement examinés les fondements et la structuration de cette forme touristique, ainsi que l'intérêt de prendre en compte cette thématique émergente en recherche géographique comme indicateur de dynamiques territoriales et de stratégies d'intégration dans les réseaux mondiaux de l'économie, de la science et de la connaissance.

Le tourisme est un système complexe formé de flux physiques et immatériels, de pratiques, de destinations géographiques... Ses thématiques sont nombreuses et variées, fondées sur la découverte, le repos, le divertissement, le sport mais aussi les échanges : culturels, informationnels... Au sein de la recherche en tourisme, notamment en France, une thématique émerge, l'analyse du tourisme de réunions et de congrès. En effet, le tourisme ne concerne pas seulement le monde des loisirs, il intéresse aussi les mondes associatif, entrepreneurial, scientifique qui partagent connaissances, échanges, convivialité, découvertes et moments festifs lors de déplacements "congressuels", particulièrement lors de voyages internationaux. Le tourisme de réunions et de congrès, activité complexe, hybride, est de nos jours un champ d'étude très ouvert, que dominent des chercheurs, rarement géographes, non francophones, essentiellement anglo-saxons et asiatiques. Il apparaît par conséquent indispensable que des géographes français s'intéressent plus au décryptage de ce phénomène et aux apports que cette étude peut amener à la recherche en géographie et en tourisme. Que nomme-t-on "tourisme de réunions et de congrès", en quoi consiste cette activité, quelles en sont ses dynamiques, notamment spatiales ? En quoi l'étude des congrès peut-elle permettre de mettre en exergue des évolutions territoriales, voire de mieux comprendre des stratégies

métropolitaines d'intégration dans les réseaux mondiaux majeurs du tourisme, de l'économie et du savoir ? Comment intégrer le tourisme de réunions et de congrès dans une démarche de recherche en science géographique ?

TOURISME DE RÉUNIONS ET DE CONGRÈS, UN PHÉNOMÈNE COMPLEXE

Le tourisme de réunions et de congrès est un objet d'étude récent dans le champ de la recherche en tourisme. En effet, des publications scientifiques sur le thème sont recensées essentiellement à partir des années 1990 (Yoo et Weber, 2005).

Cet article a pour ambition, dans un premier temps, de déterminer le contexte et le cadrage de ce phénomène touristique et son expansion, couplée à une diffusion à l'échelle mondiale.

Contexte et cadrage

Le tourisme de réunions et de congrès est la rencontre en un lieu hors de leur résidence habituelle de personnes d'origines géographiques diverses mais aux intérêts communs (associatifs, scientifiques, entrepreneuriaux...), pour une durée minimale de deux jours, afin d'assister à une réunion, processus de communication et d'échange d'information⁽¹⁾. "Réunion" est le terme générique, et différentes appellations sont usitées pour spécifier les diverses sortes de meetings. La réunion la plus connue est le "congrès", qui désigne généralement des événements

de grande taille, d'une centaine à plusieurs dizaines de milliers de participants (Figliera, 1992). D'autres types de rencontres forment parallèlement la structure du tourisme de réunions et de congrès : les symposiums, colloques, réunions d'entreprise, conventions, séminaires, etc. (cf. figure 1) ; elles sont caractérisées par leur taille, leur durée, le type de participants – universitaires, scientifiques, membres d'une association –, voire par l'organisme générateur de la rencontre – société savante, entreprise, etc. (Figliera, 1992 ; Christofle, 1997 ; Christofle, Fabry et Morschel, 2010).

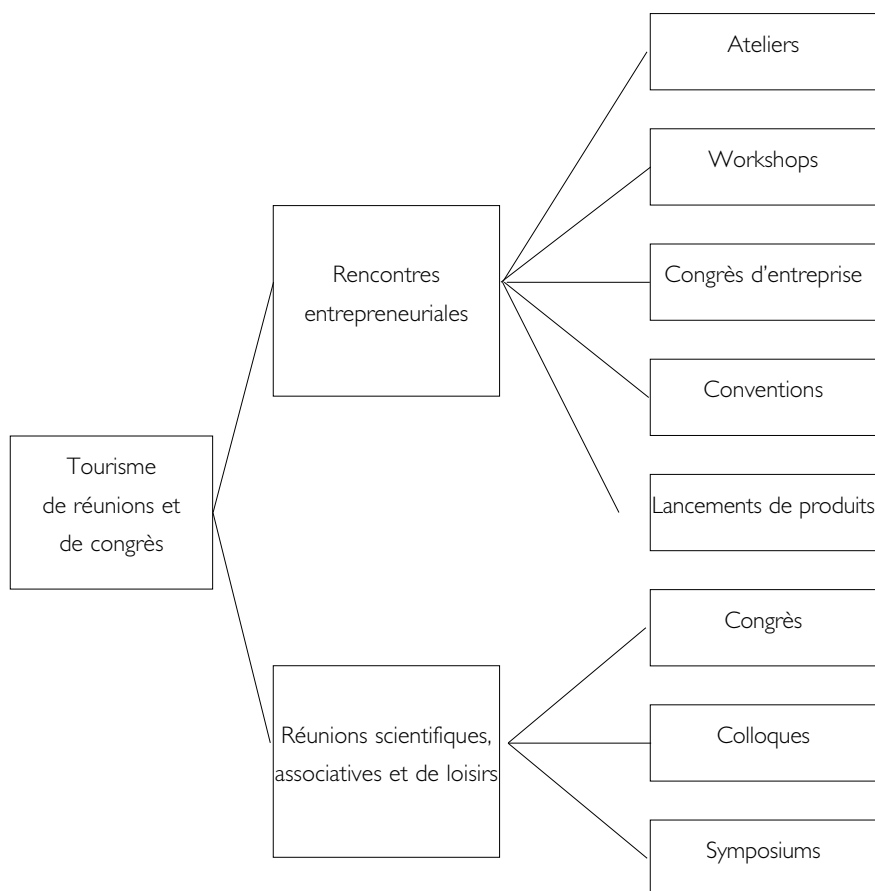
Les réunions ne sont pas l'apanage de professionnels ou de collaborateurs d'entreprise mais concernent toutes personnes et groupes qui souhaitent discuter, échanger leurs points de vue sur des thèmes extrêmement variés : politiques, scientifiques, religieux, littéraires, ludiques, etc. (Falk et Pizam, 1991 ; Figliera, 2001). Ces rencontres sont facilitées par des réseaux innombrables d'associations, de fédérations... qui ont pour habitude l'organisation (souvent annuelle) de réunions requérant ou sollicitant la présence des membres. La motivation essentielle du déplacement des délégués, ou congressistes⁽²⁾, est donc la participation, l'information, la communication, la rencontre. Selon l'organisateur final et le type de rencontre, la liberté de choix de chacun de se rendre ou pas à la réunion, et d'assister à une partie des sessions ou à toutes, varie : le cas le plus courant est une souplesse de comportement

(Oppermann et Chon, 1997 ; Oppermann, 1998 ; Yoo et Chon, 2008).

Le séjour se structure autour de sessions de discussions entrecoupées de moments conviviaux, de loisirs et festifs : visites, excursions, dîner de gala, voire manifestations sportives (golf, ski...), etc. Les temps ludiques programmés sont plus ou moins nombreux selon le type de réunion, l'origine de l'organisateur (entrepreneurial, associatif, etc.) et la durée de l'événement. Cette dernière varie ordinairement de deux à trois jours, mais certaines rencontres peuvent s'étaler, pour des congrès mondiaux par exemple, jusqu'à une semaine, voire plus (UAI, 2011). Les temps de détente peuvent être compris dans la structuration de la réunion et sont alors partie intégrante du programme de la manifestation. Les participants aux réunions ainsi que les accompagnants profitent également de périodes de temps gérées à leur guise : soirées, *shopping*, spectacles, etc. Parallèlement sont souvent mis en place des programmes pour accompagnants. Ces derniers peuvent représenter jusqu'à 31 % du nombre des personnes se déplaçant pour une rencontre, notamment lorsqu'il s'agit de manifestations internationales dans des lieux attractifs, comme Paris par exemple (OTCP, 2009). Les accompagnants voyagent et séjournent avec les congressistes mais n'assistent pas aux discussions, occupant leur temps à des activités de loisirs comme se promener, visiter, faire du *shopping*,

Figure 1

Composition du tourisme de réunions et de congrès



Source : Christofle, Fabry et Morschel (2010).

participer à des excursions... Les accompagnants rejoignent les délégués lors des soirées et des moments festifs.

Une question peut se poser : pourquoi prévoir l'organisation de temps de loisirs voire de fête dans les programmes des congrès, colloques, etc. quand la motivation essentielle du déplacement est l'échange d'informations et la rencontre autour d'intérêts communs : *hobbies*, sen-

sibilités (citoyennes, politiques...), objets d'étude, entreprise ? La réponse est étroitement liée à la nature des relations qu'entretiennent les participants. En effet, les rencontres qui composent le tourisme de réunions et de congrès rassemblent des communautés : membres de sociétés savantes⁽³⁾, d'associations "paraprofessionnelles"⁽⁴⁾ ou de loisirs⁽⁵⁾, collaborateurs d'entreprises, chercheurs scien-

tifiques, etc. Par conséquent, outre la fonction informationnelle, l'aspect communicationnel et de rencontre des personnes est fondamental pour la pleine réussite du déplacement et la satisfaction des congressistes et des organisateurs. Effectivement, 90 % de la communication humaine passe par des canaux autres que la parole (regards, intonations, mimiques, gestes, mouvements et rythme du corps, etc.) et, pour assurer une bonne relation, de nombreux intervenants préfèrent avoir des contacts humains, échanger des poignées de mains et des discussions face à face. Conversations informelles, entrevues et retrouvailles autour d'un café, d'un repas, d'une excursion, d'une soirée permettent la mise en place et la consolidation de liens entre participants. Plus particulièrement, les congrès et autres types de réunions assurent une fonction fondamentale de création et de resserrement de relations interpersonnelles, de structuration de réseaux, d'introduction des plus jeunes, d'établissement de collaborations, de renforcement d'un sentiment d'appartenance à la collectivité en question, voire d'un esprit de cohésion (Dickinson, 1988 ; Claustre, 1989 ; Christofle, 1997). Eugene Garfield écrivait dès 1975 que *“la communication et l'interaction sont l'essence même du progrès scientifique et cependant les scientifiques sont profondément isolés. La recherche constitue un type particulier d'expérience sociale qui se nourrit d'élan collectif.”* Au-delà de la seule communauté scientifique,

ne peut-on considérer le congrès comme un des éléments dynamiques de cet “élan collectif” ? Quoi qu'il en soit, les moments de partage et de convivialité, festifs et de loisirs sont des moments clés du déroulement du meeting, sans oublier que le voyage, la découverte, l'attrait touristique de la destination, les moments ludiques qui rythment le séjour, généralement appréciés des congressistes, sont souvent présents comme motivations de participation aux déplacements liés aux congrès et réunions (Christofle, 1997 ; Oppermann et Chon, 1997 ; Yoo et Chon, 2008).

A contrario, c'est pour cette raison essentielle qu'elle constitue un obstacle à la communication interpersonnelle et à la découverte de lieux et de personnes que la “réunion à distance” – télé ou vidéotransmission ; visioconférence – se développe bien moins rapidement que les progrès techniques le laissent espérer depuis la fin des années 1970. En effet, les technologies de transport d'information, efficaces pour l'échange rationnel de connaissances, limitent drastiquement, voire empêchent, l'établissement de liens relationnels entre les participants (Christofle, 2003). Par conséquent, face à la croissance encore limitée des moyens de transmission d'information virtuelle, sans préjuger de la croissance encore à venir des technologies de l'information et de la communication, le nombre de réunions “présentielles” augmente. En effet, même si l'activité de réunions et de congrès n'est pas

récente (Christofle, 1997), le nombre de congrès et réunions a particulièrement augmenté depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale (Spiller, 2002). Cette croissance est liée (Lawson, 2000) à l'expansion économique des Trente Glorieuses, à la forte augmentation du nombre des organisations gouvernementales et non gouvernementales internationales, à l'explosion des savoirs, à leur compartimentage accru, à la démocratisation et à l'amélioration des transports, à la hausse des déplacements touristiques et des temps de loisirs ainsi qu'à l'ouverture de nouvelles destinations. Cette accélération s'est confirmée depuis les années 1980 et la montée de la mondialisation. En effet, les besoins d'échanges, de rencontres, de transfert de savoir se révèlent de plus en plus cruciaux dans le développement des sociétés contemporaines ; l'envie ou la nécessité de lien relationnel reste forte chez les êtres humains, et les déplacements touristiques se sont multipliés (OMT, 2013). Par conséquent, le nombre de congrès internationaux est passé, selon l'Union des associations internationales (UAI, 2012), de moins de 900 dans les années 1950 à plus de 1 000 en 2011.

Le tourisme de réunions et de congrès se révèle ainsi être une forme touristique originale, dont la pratique mêle de manière inextricable voyage, temps de discussions, de débats, d'échange d'informations et de savoir (sessions) et temps de rencontre interpersonnels, de moments conviviaux, de découverte, de loisirs,

de fête (pauses-café, repas et dîner de gala, sorties, excursions, visites, spectacles...).

**L'expansion spatiale
du tourisme de réunions
et de congrès**

Pour se développer, en sus des éléments traditionnels de l'offre touristique (hébergement, restauration, animation-divertissement...), l'activité de congrès et de réunions nécessite des espaces de réunion et de rencontre : centres et palais de congrès, hôtels de conférences, lieux dédiés aux rassemblements, ou des salles de réunion non spécialisées, mais appropriées, comme les amphithéâtres et salles de classe d'universités par exemple, voire des sites originaux comme les parcs d'attractions (Disneyland, Futuroscope...), des bateaux de croisière, des abbayes, des châteaux, etc. La demande congressuelle, soit les acteurs-clients donneurs d'ordres, est représentée par les coordinateurs-organiseurs non professionnels de congrès (associations, fédérations, entreprises, laboratoires scientifiques, de recherche-développement...), qui délèguent parfois l'organisation de la manifestation à des acteurs professionnels de la rencontre : gestionnaires des espaces de congrès, organisateurs professionnels de congrès, agences d'affaires réceptives, agences événementielles, bureaux de congrès des destinations voire offices de tourisme. Les acteurs-clients finaux sont les participants aux réunions.

Sauf exception, ces réunions, notamment celles d'échelle interna-

tionale, se localisent dans des destinations spécifiques : les pays de haut niveau touristique, économique et communicationnel, qui possèdent les éléments quantitatifs et qualitatifs nécessaires à la bonne tenue de ces rencontres, pouvant regrouper des dizaines de milliers de personnes – accessibilité aisée, centres de congrès, offre hôtelière et d'animation diversifiée, hautes compétences et technicité des acteurs, image favorable du lieu d'accueil, etc. (Christofle, 2001 ; Chen, 2006). Effectivement, tout étant pleinement intégré dans le développement du phénomène touristique contemporain, et au vu de son fonctionnement et de sa diffusion spatiale, le tourisme de réunions et de congrès présente des éléments spécifiques, notamment son insertion dans le secteur tertiaire supérieur ou quaternaire, particulièrement développé dans les lieux majeurs de la mondialisation. Ce secteur "tertiaire supérieur" ou quaternaire comprend les activités qui ont un impact sur la croissance. Les fonctions de commandement (politique, administratif, commercial, financier...), de centralisation de l'information et de la communication, de formation supérieure, de recherche et d'exportation en sont les principales formes. Pratique touristique, certes, mais parallèlement domaine communicationnel, entrepreneurial ou scientifique, voire stratégique (Christofle, 2003), l'activité de congrès met particulièrement en relations acteurs et destinations bien insérés dans les réseaux mondiaux du tourisme, de l'économie et de la connaissance.

Les congrès internationaux se localisent donc préférentiellement en Europe (54 %) mais l'on note une croissance forte de l'Asie (23 %), qui a récemment dépassé l'Amérique (16 %) ; l'Afrique (5 %) et l'Océanie (2 %) demeurent en marge des grands flux liés aux rencontres internationales (UAI, 2010). À l'échelle des pays, le tourisme de réunions et de congrès est bien ancré sur les lignes de force conjointes de la mondialisation économique, de la société de la connaissance et du tourisme. Il est donc particulièrement présent dans les destinations touristiques et économiques de premier plan comme les États-Unis, Singapour, la France, le Japon par exemple, destinations d'accueil mondiales, et prend son essor dans les espaces émergents, notamment asiatiques, comme la Chine (UAI, 2011). À l'échelle des villes d'accueil, le même schéma se répète et les plus importants foyers récepteurs de congrès internationaux sont des cités de niveau mondial, parallèlement dynamiques dans les réseaux du monde et possédant une forte attractivité touristique comme Singapour (Singapour), Bruxelles (Belgique), Paris (France), Vienne (Autriche), Genève (Suisse) voire Séoul (Corée du Sud), par exemple, ou des villes touristiques d'envergure internationale comme Nice (France) ou Florence (Italie). À une échelle inférieure, le tourisme de réunions et de congrès international est également présent, dans une moindre mesure, dans des métropoles ou lieux touristiques secondaires : Lyon,

Montpellier en France, Valencia en Espagne, etc., dont les gestionnaires territoriaux ont mis en place des stratégies d'insertion dans les dynamiques touristiques et congressuelles (Bourdoin et Petitot, 2002 ; Christofle, 2005).

Le tourisme de réunions et de congrès se présente donc *in fine* comme une activité hybride dont les motivations de déplacement (Christofle, 2009) et les pratiques mêlent loisirs, partage, communication et information et dont la diffusion spatiale, accélérée à partir des années 1980, recouvre les lieux d'ancrage de la mondialisation économique, du savoir et du tourisme, en même temps grands foyers d'émission et de réception de touristes, de congressistes. Ce secteur en croissance intéresse de plus en plus les chercheurs, qui y voient un terrain d'analyse prometteur.

TOURISME DE RÉUNIONS ET DE CONGRÈS ET RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Du fait de son accroissement et de ses impacts multiples sur les destinations, effets économiques, mais aussi politiques, médiatiques, stratégiques, de sa prise en compte dans les politiques d'aménagement touristique de grande ampleur dans de nombreuses destinations (par exemple Sydney, Singapour, Pékin-Beijing ou Montréal), le tourisme de réunions et de congrès suscite une réflexion académique. Mais plusieurs éléments sont à prendre en compte dans ce récent intérêt.

Tourisme d'affaires, tourisme de réunions et de congrès, *business tourism*, *convention tourism* ?

Déjà, un problème récurrent se pose à qui s'intéresse à l'objet d'étude "tourisme et tourisme de réunions et de congrès". En effet, le tourisme est en lui-même un concept qui se discute dans les différentes disciplines. Actuellement, malgré des tentatives paradigmatiques de définition et de conceptualisation, aucun consensus ne se dégage, ce qui est très riche en matière de recherche, même si, *de facto*, la définition par défaut reste une définition institutionnelle⁶ ne satisfaisant pas toujours la communauté scientifique. Faut-il d'ailleurs cadrer de manière volontariste le tourisme ou envisager ce phénomène comme un continuum dans lequel il ne serait pas nécessaire de fabriquer une catégorisation ferme et définitive ? Accepter peut-être, comme le proposent des chercheurs, que "*le flou soit consubstantiel au tourisme*" (Dewailly et Flament, 2002, p. 370) ? Au sein de cette "ébullition" intellectuelle autour même de l'objet d'étude tourisme, par essence interdisciplinaire, le tourisme de réunions et de congrès (TRC) fait l'objet de discussions parfois animées, particulièrement en géographie. Notons à ce propos que la géographie du tourisme est une branche assez récente de la science géographique, qui se développe en France comme champ autonome de recherche à partir des années 1980 (Lazzarotti, 2010). De manière générale, des auteurs, notamment dans des

manuels (par exemple : Stock, 2003 ; Ciattoni et Veyret, 2003), ou des chercheurs (Boyer, 1999, par exemple) excluent l'activité de réunions et de congrès du champ du tourisme ; est alors utilisée la terminologie généralisante de "mobilités d'affaires". Or, les "mobilités d'affaires" (voyages d'affaires, tours commerciaux, etc.) ne sont pas répertoriées dans le diagramme récapitulatif des réunions formant le tourisme de réunions et de congrès (*cf.* figure 1). Les mobilités d'affaires ne sont donc pas assimilables au tourisme de réunions et de congrès : rappelons que ce dernier exclut explicitement tout déplacement lié à un gain lucratif, donc d'affaires. Cette méprise se comprend si l'on se penche sur la situation institutionnelle. En effet, en France, le tourisme de réunions et de congrès est inclus dans le tourisme d'affaires (TA), lui-même subdivisé en domaines hétérogènes ayant pour éventuel point commun une motivation qui serait professionnelle : voyages d'affaires individuels, salons et foires, congrès et conventions d'entreprise, *incentives* (voyages de récompense et de stimulation), séminaires et réunions d'entreprises. Hors des frontières nationales existe le *business tourism*, qui comprendrait également tout type de déplacement lié à des motifs peu ou prou professionnels et qui correspondrait approximativement au tourisme d'affaires tel que présenté dans la terminologie institutionnelle nationale.

Une différence fondamentale existe entre tourisme d'affaires, ou

business tourism, et tourisme de réunions et de congrès : en effet, si toutes les mobilités à intentionnalité de départ professionnelle ne sont pas forcément à classer en mobilité touristique (par exemple les voyages d'affaires), toutes les réunions ne sont pas à motivation professionnelle mais peuvent être culturelles, ludiques... (par exemple, le congrès des amateurs de bonsaï ou des joueurs de bridge européens). En 1983, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) avait défini le tourisme d'affaires comme étant motivé en premier lieu par un gain financier, tandis que le tourisme de congrès ("*et autres types de réunions*") visait, quant à lui, à un échange de connaissances et d'informations, sans motif pécuniaire direct ni indication de stimulation ou de récompense commerciales. Cette catégorisation est en phase avec la vision du tourisme de réunions et de congrès qui est développée ici, qui en exclut donc les voyages d'affaires ou la participation à des foires et salons et *incentives* (cf. figure 1). Les indicateurs proposés de différenciation entre mobilités d'affaires et mobilités congressuelles sont essentiellement de trois sortes : l'existence d'une gradation dans l'aspect professionnel de la rencontre ; le paramètre volontariste ou contraint du voyage ; enfin, les séquences de temps allouées à des activités "hors réunion ou discussion". Par conséquent, les thématiques des congrès et réunions ne sont pas nécessairement professionnelles ; il existe souvent une certaine souplesse dans la décision de

déplacement et des programmes de loisirs peuvent coexister avec les sessions de discussions, sans oublier les temps des accompagnants et les périodes hors programme des participants.

Le *business tourism*, comme le tourisme d'affaires, représente une faible recherche académique, du fait essentiellement de son aspect hétérogène avec son regroupement de mobilités qui ont peu de choses en commun sinon un éventuel lien avec le monde économique. *A contrario*, les recherches scientifiques sur le tourisme de réunions et de congrès et son corollaire, le *convention tourism*, commencent à se développer. Après les pionniers des années 1990 (par exemple : Quain, Render et Higgins, 1990 ; Cabanas, 1992 ; Christofle, 1997 ; Dwyer et Forsyth, 1997 ; Opperman et Chon, 1997), la recherche tente une structuration par une appellation commune se différenciant nettement de l'agglomérat "affaires". En France, les termes de tourisme de congrès, tourisme de réunions, tourisme de réunions et de congrès s'imposent lentement alors que les géographes du tourisme, comme d'ailleurs les économistes, gestionnaires, sociologues du tourisme, sont encore peu nombreux à analyser cette expérience touristique spécifique : Sylvie Christofle, Jean-Michel Dewailly, Nathalie Fabry... Institutionnellement et auprès des professionnels, l'appellation "tourisme d'affaires" disparaît progressivement. Le dernier avatar terminologique utilisé en France est : "industrie des rencontres et événe-

ments professionnels" (Chaspoul, 2008). Ailleurs existent encore différents termes comme *MICE Tourism* (*meetings, incentives, conferences and exhibitions* – ou *events*), *C and E* (*conferences and exhibitions*), *MECE* (*meetings, events, conventions and exhibitions*), *MCE* (*meetings, conventions and exhibitions*), et *CEMI* (*conventions, exhibitions, meetings and incentives*), etc. qui composent des agglomérats fondés sur les réunions, incluant souvent les expositions⁽⁷⁾ et parfois, bien que plus rarement, les voyages de stimulation ou de récompense (les *incentives*). Hors de France, les spécialistes sont également encore relativement peu nombreux parmi les scientifiques du tourisme, du fait de l'aspect récent du développement des congrès et réunions dans le monde, mais la prise en compte de cette thématique est en pleine croissance, ne suscite pas de rejet académique particulier et ouvre de larges perspectives de recherche tant fondamentale qu'appliquée. En une vingtaine d'années, des chercheurs ont démontré que le nombre d'articles scientifiques sur le sujet avait considérablement évolué (Yoo et Weber, 2005), même si le champ d'étude demeure encore souvent fragmenté en études de cas empiriques. La majorité des communications concernent l'Amérique du Nord, l'Asie, l'Australie, lieux dans lesquels la recherche sur les congrès suit le *leadership* ou l'augmentation du nombre de réunions depuis les années 1980-1990. En France, même si cet objet d'étude est encore peu

valorisé, il s'avère intéressant comme élément de compréhension de dynamiques territoriales. C'est pourquoi va être présentée maintenant une démarche d'étude scientifique du tourisme de réunions et de congrès en géographie comme système d'interface.

**Recherche géographique :
le tourisme de réunions et
de congrès,
un système en interface ?**

Le tourisme de réunions et de congrès met en connexion acteurs et lieux spécialisés, à différentes échelles (pays, ville ou station touristique, palais ou centre de congrès) et révèle un fonctionnement systémique modélisé dans les années 2000 et publié récemment (Christoffle, 2009, 2010). Le tourisme de réunions et de congrès est donc ici envisagé comme faisant partie du système général "tourisme", avec des spécificités propres : notamment, l'activité de réunions et de congrès a pour originalité de se positionner à l'interface des mondes professionnel-entrepreneurial-associatif et des loisirs, ce qui entraîne des impacts peut-être plus variés et plus complexes sur les destinations que dans le tourisme de loisirs.

L'étude des interfaces réseaux-territoires du système tourisme de réunions et de congrès met l'accent sur les impacts sur les espaces d'accueil. Dans un lieu donné, le tourisme de réunions et de congrès, notamment international, au travers de l'interface pivot palais-centre de congrès, permet la connexion entre

des flux matériels (participants, intervenants, accompagnants, interprètes, techniciens, voire journalistes, etc.) et des flux immatériels (informationnels, relationnels, financiers, médiatiques...). Il permet parallèlement des interactions variées entre les délégués, les accompagnants, la branche locale de l'organisme à l'origine de la réunion (laboratoire scientifique, entreprise, association), la population locale, les acteurs locaux du tourisme, les décideurs territoriaux au sein d'un espace d'accueil "tri-scalaire" : ville-quartier touristique-palais ou centre de congrès. Plus particulièrement, l'analyse de l'intérêt stratégique en faveur du tourisme de réunions et de congrès s'explique dès les années 1985-1990 par la volonté de décideurs territoriaux d'intégrer leur collectivité dans des réseaux internationaux multiples et, parallèlement, de la "touristifier" afin, pense-t-on, de la rendre plus attractive aux yeux d'investisseurs potentiels, notamment privés. L'étude de la prise en compte du tourisme de réunions et de congrès dans les années 1990-2010 par ces décideurs et par les acteurs locaux du tourisme permet une compréhension fine de stratégies volontaristes de développement territorial et touristique *via* notamment l'aménagement de lieux dédiés à l'activité de congrès au sein d'opérations de touristification, de requalification ou de revalorisation spatiales et d'ouverture à l'international (Christoffle, 1999 ; Bourdin et Petitot, 2002 ; Wang, 2009).

Le tourisme de réunions et de

congrès se développe en de multiples interactions au sein d'un système ayant donc quatre composantes majeures : l'activité de congrès, les *acteurs*, les réseaux et les territoires.

Dans une démarche d'explicitation simplifiée du système tourisme de réunions et de congrès, voici d'abord l'activité de congrès *via* la réunion, qui se compose des sessions de discussion, de rencontres, de loisirs et de découverte, et qui constitue l'interface majeure du système. C'est l'interface immatérielle d'échange entre les composantes du système.

Les acteurs s'agentent, en premier lieu, en acteurs internes : les décideurs territoriaux, les professionnels du tourisme voire la population locale promeuvent leur territoire, créent les conditions de développement de l'activité de congrès (aménagement, offre touristique, aménités, échanges...) et espèrent des retombées positives de la réunion (dépenses, animation, valorisation du lieu). Les acteurs externes sont essentiellement les générateurs de la réunion et les congressistes ; ces derniers font, ou ne font pas, le succès de la manifestation par leur nombre, leur impact économique, communicationnel, médiatique sur le lieu d'accueil ; il en résulte ainsi la mise en valeur des organisateurs, quand la réunion s'est bien déroulée et a suscité le maximum de découverte, de contacts et d'échanges informationnels et interpersonnels. Les organisateurs/initiateurs de congrès se révèlent à deux niveaux : l'échelle nationale ou internationale, selon l'origine de la structure mère, par

exemple l'entreprise Peugeot, la Fédération européenne des écoles, l'Association internationale du transport aérien... et l'échelle locale, par la représentation sur place de l'entité, par exemple un laboratoire, un centre de recherche, une branche locale d'association ou de fédération, etc. Les organisateurs-générateurs de congrès sont les interfaces en interaction constante avec tous les autres éléments pour mettre en place et assurer la viabilité de l'activité de congrès.

Les *réseaux* mis en œuvre sont variés : réseaux immatériels scientifiques, associatifs, entrepreneuriaux, politiques, etc., auxquels appartiennent les acteurs du système, mais aussi réseaux matériels de transports, de communications..., nécessaires au bon déroulement de l'activité de congrès. Tous ces éléments d'un système tourisme de réunions et de congrès dynamique sont effectivement intégrés dans ces multiples réseaux qui impulsent ou facilitent les déplacements congressuels.

Enfin, les *territoires* d'accueil sont "impactés" à l'échelle du pays (porte d'entrée des touristes internationaux), de la ville ou station touristique (espace support de l'activité de congrès) et du palais ou centre de congrès (interface pivot, matérielle et technique, de captation des flux congressuels).

Toutes ces composantes du système du tourisme de réunions et de congrès sont en interdépendance les uns avec les autres afin d'assurer l'équilibre de l'ensemble.

Ainsi, au-delà des travaux empiriques

et dispersés sur les destinations touristiques et congressuelles, sur le marketing des congrès, sur les motivations psychologiques de déplacement des congressistes et des accompagnants, sur l'économie des réunions... qui fondent aujourd'hui l'essentiel des publications sur cette thématique récente (Yoo et Weber, 2005), apparaît un examen du tourisme de réunions et de congrès qui s'insère dans une démarche de recherche en science géographique.

Cette dernière a pour objectif **l'étude théorique du système tourisme de réunions et de congrès** au sein du système tourisme et l'analyse des interactions entre ses différentes composantes ; elle peut permettre une vision globale du tourisme de réunions et de congrès ou *convention tourism*, qui transcende l'analyse des parties et ambitionne de faire de cette thématique émergente un champ d'étude partagé.

L'étude du tourisme de réunions et de congrès interpelle donc le chercheur. À la différence de formes touristiques plus classiques où apparaît clairement et aisément la coupure entre ce qui relève du quotidien, du travail et ce qui appartient au non-quotidien, au ludique, au festif, le tourisme de réunions et de congrès se situe dans un "entre-deux", avec des discontinuités, des hybridations à l'intérieur même de ses propres pratiques : entre les cas extrêmes de délégués consacrant la très grande partie de leur déplacement à des activités laborieuses et d'autres qui profitent de leur voyage pour essentiellement s'amuser, le hiatus est

incommensurable. Comment calculer, estimer même, ce qui serait, ou non, considéré comme une pratique routinière ou au contraire "déroutinisante" dans le déplacement de congrès ? De manière plus générale, les pratiques congressuelles révèlent une interpénétration forte entre fonctions récréatives et informationnelles, une sorte de métissage des temps, des activités, et même des espaces avec la coutume des congrès tournants⁽⁸⁾. Ces mobilités ne sont pas des mobilités d'agrément mais ce ne sont pas non plus des mobilités d'affaires. Elles ont émergé formellement au XIX^e siècle et au début du XX^e siècle et ont commencé, suivant l'expansion du tourisme international, à se massifier et à se diffuser géographiquement à partir des années 1960 et surtout 1980. L'analyse du tourisme de réunions et de congrès s'insère à présent dans des problématiques scientifiques et géographiques contemporaines en phase avec des contradictions, des tensions entre les pratiques et les modèles qui animent le champ du tourisme. Particulièrement, la recherche géographique sur les congrès et réunions s'intègre dans des travaux sur la question de savoir en quoi et comment le dépassement ou la reconfiguration du tourisme recompose les territoires et les jeux d'acteurs dans ces territoires.

CONCLUSION

En conclusion, si l'étude du tourisme de réunions et de congrès ne paraissait pas réclamer, jusqu'il y

a peu, un investissement spécifique en termes de savoir théorique, aujourd'hui ce domaine émerge en recherche fondamentale avec, par exemple, des travaux portant sur le système des congrès, ses caractéristiques, ses composantes et son fonctionnement, les interactions multiples, les interfaces matérielles et immatérielles qui se révèlent, surfaciques et réticulaires, etc. L'objet d'étude "tourisme de réunions et de congrès", et de son équivalent nord-américain "*convention tourism*", se focalise sur les congrès et les réunions. Ce domaine se révèle

relativement homogène même s'il manque encore de détermination formelle en termes de définition précise des rencontres. Il semble un champ de recherche encourageant. Encore essentiellement fondée sur des démarches empiriques, la recherche est surtout développée dans et sur les pays anglo-saxons. Une faible quantité d'analyses existe sur les autres espaces, ce qui ouvre des pistes d'augmentation de savoir et de réflexion prometteuses, d'autant plus que la géographie des congrès internationaux est un vaste domaine. ■

NOTES

(1) Par conséquent, sont exclus de notre propos les voyages d'affaires, les participations à des foires et salons professionnels, expositions et les déplacements commerciaux ou à but lucratif de toutes natures.

(2) La littérature spécialisée utilise généralement le mot générique "congrès", pour éviter de trop nombreuses répétitions ou de longues paraphrases comme "participant à un colloque", ou "à un symposium", etc. Ce terme va être utilisé dans ce travail pour son sens premier, mais également comme synonyme de "participant" à une réunion ou de "délégué", c'est-à-dire "prenant part à une rencontre", même s'il ne s'agit pas d'un congrès *stricto sensu*.

(3) Par exemple : "Académie cévenole"...

(4) Par exemple : "Union internationale des avocats"...

(5) Par exemple : "Fédération française des associations philatéliques", "Association française des amateurs d'horlogerie ancienne"...

(6) Définition de l'Organisation mondiale du tourisme.

(7) Les expositions se sont particulièrement développées comme moyens de financement privilégiés des réunions en accompagnement de congrès associatifs liés à des secteurs économiques, particulièrement dans les champs de la santé et des technologies (l'informatique, par exemple).

(8) Sauf cas particulier, les congrès, colloques, symposiums... se déroulent à chaque session dans un lieu différent.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Virginie BOURDIN et Sylvie PETITET,

"Du biopôle de Gerland à la cité internationale de Lyon, la difficile transcription territoriale des ambitions internationales d'une ville", dans Gilles SÉNÉCAL, Jacques MALÉZIEUX et Claude MANZAGOL (dir.), *Grands Projets urbains et requalification*, Publications de la Sorbonne, 2002.

Marc BOYER, *Le Tourisme de l'an 2000*, Presses universitaires de Lyon, 1999.

Burt CABANAS, "A marketing strategy for resort conference centers", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 33, n° 3, 1992.

Claudine CHASPOUL, "Cap sur l'industrie des rencontres et événements professionnels !", éditorial, *Tourisme d'affaires. L'industrie des rencontres et événements professionnels*, "Cahiers Espaces", n° 97, ETE, avril 2008.

Ching-Fu CHEN, "Applying the analytical hierarchy process (AHP) approach to convention site selection", *Journal of Travel Research*, vol. 45, n° 2, 2006.

Sylvie CHRISTOFLE, *Tourisme de réunions et politiques urbaines, le cas du Corum de Montpellier*, thèse de doctorat de géographie, Université Montpellier III, 1997.

Sylvie CHRISTOFLE, "Réunions internationales : la prime au dynamisme économique", *Espaces*, n° 184, juillet 2001.

Sylvie CHRISTOFLE, "Tourisme de congrès et politique urbaine de revitalisation : l'exemple du Corum de Montpellier", *Annales de géographie*, n° 608, 1999.

Sylvie CHRISTOFLE, "Congrès internationaux, réseaux de villes et mondialisation", *NETCOM Studies and Journal*, vol. 17, 2003.

Sylvie CHRISTOFLE, "Stratégies métropolitaines et tourisme de réunions et de congrès en France, du mondial au local", *Hommes et Terres du Nord (Territoires en mouvement)*, vol. 2, 2004-2005.

Sylvie CHRISTOFLE, "Congrès versus tourisme : étude exploratoire d'une 'terra incognita'", communication au colloque international *Fins et confins du tourisme*, Grenoble, mai 2009.

Sylvie CHRISTOFLE, "Interfaces villes-tourisme de réunions et de congrès-palais des congrès", dans Paul ALLARD, Jean-Paul FERRIER, Corinne LAMPIN-MAILLET et Sandra PÉREZ (dir.), *Géographie des interfaces. Une nouvelle vision des territoires*, Quae éditions, 2010.

Sylvie CHRISTOFLE, Nathalie FABRY et Jean MORSCHÉL, "Tourisme de réunions et de congrès : Paris, une métropole en compétition", communication au colloque *Paris, Tourisme et métropolisation*, Paris, juin 2010.

Annette CIATTONI et Yvette VEYRET (dir.), *Les Fondamentaux de la géographie*, Armand Colin, 2003.

Caroline CLAUSTRE, *Chercher-organiser : motivations des chercheurs scientifiques organisateurs de congrès*, mémoire de maîtrise de sociologie, Université de Montpellier III, 1989.

Jean-Michel DEWAILLY et Émile FLAMENT, "À propos de la géographie du tourisme", *L'Espace géographique*, n° 4, 2002.

John P. DICKINSON, *Science et chercheurs scientifiques dans la société moderne*, Unesco, 1988.

Larry DWYER et Peter FORSYTH, "Impacts and benefits of MICE tourism: a framework for analysis", *Tourism Economics*, vol. 3, n° 1, 1997.

E. Thorvald FALK et Abraham PIZAM, "The United States meetings market", *International Journal of Hospitality Management*, vol. 10, n° 2, 1991.

Gian Carlo FIGHIERA, *Harmonisation des statistiques de congrès*, rapport du "Congrès des Congrès" de Versailles, atelier 4, CNIT, 1992.

Gian Carlo FIGHIERA, *Congressi e convegni aziendali*, Carocci editore, 2001.

Eugene GARFIELD, "Openmindedness in science and medicine", dans *Essays on an information scientist*, vol. 2, ISI Press, 1975.

Olivier LAZZAROTTI, "Le tourisme, matière à penser de la science géographique", *Mondes du Tourisme*, n° 1, juin 2010.

Fred LAWSON, *Congress, Convention and Exhibition Facilities. Planning, Design and Management*, Architectural Press, 2000.

OMT, *2012 International Tourism Results and Prospects for 2013*, "UNWTO World Tourism Barometer", OMT, vol.11, 2013.

Martin OPPERMANN, "Association involvement and convention participation", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 21, n° 3, 1998.

Martin OPPERMANN et Kye-Sung CHON, "Convention participation decision-making process", *Annals of Tourism Research*, vol. 24, n° 1, 1997.

OTCP, *Paris, enquête sur les dépenses des congressistes*, Office du tourisme et des congrès de Paris, 2009.

William J. QUAIN, Barry RENDER et James M. HIGGINS, "Using decision theory for strategic decision making in the convention industry", *International Journal of Hospitality Management*, vol. 9, n° 3, 1990.

Mathis STOCK (coord.), *Le Tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, 2003.

Julie SPILLER, "History of convention tourism", dans Karin WEBER et Kaye CHON (dir.), *Convention Tourism. International Research and Industry Perspectives*, The Haworth Hospitality Press, 2002.

UAI, *International meetings statistics report for the year 2009*, Union des associations internationales, 2010.

UAI, *International meetings statistics report for the year 2010*, Union des associations internationales, 2011.

UAI, *International meetings statistics report for the year 2011*, Union des associations internationales, 2012.

Tim WANG, *Les Caractéristiques du développement de l'industrie des conventions et des expositions en Chine*, mémoire de master, UFR Espaces et cultures, Université de Nice Sophia Antipolis, 2009.

Joanne JUNG-EUN YOO et Kaye CHON, "Factors affecting convention participation decision-making: developing a measurement scale", *Journal of Travel Research*, vol. 47, 2008.

Joanne JUNG-EUN YOO et Karin WEBER, "Progress in convention tourism research", *Journal of Hospitality and Tourism research*, vol. 29, n° 2, 2005.