



Tuteur universitaire : M. Pierre Savouret

Remerciements

La Oficina de Visitantes y Convenciones de Veracruz :

Je remercie Alicia Hernández Trinidad, Responsable des Congrès et Conventions pour m'avoir consacré du temps et aider dans ce travail.

Je remercie également Myra Luna, Responsable des Relations Publiques, qui a pu m'accompagner dans la recherche d'information.

Ainsi que toute l'équipe de la OVC de Veracruz qui m'ont accueillie, fait découvrir leurs professions.

Je remercie d'autre part Amadeo Cruz Reyes, Directeur des Ventes du World Trade Center de Veracruz, pour avoir accepté de répondre à mes questions lors d'un entretien.

Résumé

La structure dans laquelle j'ai travaillé est le *Bureau d'Accueil et de Conventions de l'Etat de Veracruz*, situé à Veracruz-Boca del Río au Mexique, qui s'occupe de la promotion touristique de l'Etat de Veracruz, notamment sur le segment du Tourisme d'affaires.

La première partie peint le panorama du Tourisme d'affaires au Mexique et à Veracruz et la seconde est l'application de solutions Net-marketing au site Internet de cette destination touristique. Une dernière partie présente les activités réalisées pendant cette période de stage.

Mots clés : Tourisme d'affaires, Net-marketing, stratégie, Internet

Sommaire

Remerciements	2
Résumé.....	3
Sommaire.....	4
Illustrations	5
Introduction	6
I. Le Tourisme d'affaires du Mexique et de Veracruz	7
1.1 Présentation du Tourisme d'affaires et analyse du marché mexicain.....	7
1.1.1 Définition et panorama du secteur	7
1.1.2 Le Tourisme, activité économique de premier plan pour le Mexique.....	10
1.1.3 Le Tourisme d'affaires au niveau national.....	12
1.1.4 Enjeux économiques, objectifs et stratégies de développement	15
1.1.5 Les acteurs : l'organisation du tourisme au Mexique.....	16
1.1.6 Veracruz, destination du Tourisme d'Affaires.....	18
1.2 Etude de la concurrence de Veracruz comme destination congrès.....	25
1.2.1 Positionnement de la destination et stratégies de la OVC.....	25
1.2.2 Compétitivité nationale : analyse comparative	30
1.3 Analyse de l'environnement de la destination	32
II. Promouvoir la destination grâce à Internet	36
2.1 Le Marketing Internet.....	36
2.2 Stratégies et recommandations (Préconisations/propositions).....	37
2.2.1 Le Portail officiel du Tourisme de Veracruz.....	37
2.2.2 Des propositions d'amélioration du site.....	39
2.2.3 Communiquer à l'intérieur et à l'extérieur du Web.....	42
2.2.3 Vérifier sa compétitivité et son audience	46
Conclusion	48
Références bibliographiques	49
Liste des annexes	52
Annexe 1 : Description de la mission.....	53
Annexe 2 : Carte détaillée de l'Etat de Veracruz	55
Annexe 3 : Questionnaire	56
Annexe 4 : Fiche en vue de l'autorisation d'aide financière (exemple évènement Croix Rouge)	60

Illustrations

Fig. 1 Schématisation des catégories du Tourisme d'affaires

Fig. 2 Carte du Mexique

Fig. 3 Carte du monde représentant l'origine des touristes d'affaires vers le Mexique

Fig. 4 Carte des centres de congrès et foires-expositions

Fig. 5 Carte de la répartition des 56 organismes OCV, OVC, OCC et OCE

Fig. 6 Localisation géographique de Veracruz-Puerto

Fig. 7 Photo du World Trade Center Veracruz, où se situent les locaux de la OVC

Fig. 8 L'organigramme de la structure gouvernementale est le suivant

Fig. 9 Illustration des cadeaux ou prestation offerts comme parrainage à la OVC

Fig. 10 La connectivité aérienne de Veracruz

Fig. 11 Situation du WTC Veracruz

Fig. 12 Publicité – Centre de Conventions de Coatzacoalcos

Fig. 13 Publicité – World Trade Center Veracruz

Fig. 14 Publicité - World Trade Center Veracruz (en anglais)

Fig. 15 Localisation des villes concurrentes (Monterrey, Puebla et Mérida)

Fig. 16 Page d'accueil du portail du Tourisme de Veracruz

Fig. 17 Page Web de la OCV de Monterrey – Demande d'aide de la OCV pour les évènements

Fig. 18 Page d'accueil du Blog Veratur

Introduction

Avec ses trois milles ans de civilisation, le Mexique est devenu l'une des destinations touristiques incontournables d'Amérique latine, un savant mélange d'Histoire, de culture et de nature, avec la modernité des villes qui permet au Mexique d'attirer les Touristes d'affaires, son cheval de bataille.

Veracruz fait partie de ces destinations où s'organisent Congrès et Conventions, en particulier avec son moderne World Trade Center ou Centre de Conventions et son offre qui permet de combiner les affaires et le plaisir, en pimentant le séjour d'aventure, d'écotourisme, de culture et d'Histoire.

Dans les stratégies de communication et de promotion de cette destination, rien ne concerne le canal Internet. Pourtant, nombreux sont les « cybertouristes » nationaux et internationaux et autres professionnels qui viennent s'informer sur la toile. Une destination du Tourisme d'affaires doit avoir une représentation graphique sur Internet, bien plus qu'une simple vitrine, une plateforme interactive.

Dans ce marché de plus en plus concurrencé, le canal Internet suit probablement une similaire évolution. En vue de développer le potentiel de Veracruz sur ce segment, nous nous interrogerons : **comment améliorer la compétitivité de la destination sur le segment du Tourisme d'affaires grâce à Internet ?**

Dans un premier temps nous étudierons le concept du Tourisme d'affaires et ses enjeux ainsi que le contexte concurrentiel de Veracruz par rapport à l'offre mexicaine. Dans la seconde partie, des améliorations du site Internet officiel seront suggérées dans le cadre d'une stratégie marketing adaptée.

