

Lundi 13 juin 2016

Bilan très positif pour la 3^e édition de la Monaco Week en Chine

Chengdu – Province du Sichuan

28 mai au 4 juin 2016

Chengdu, littéralement "capitale du succès" en chinois, a reçu la 3^e édition de la Monaco Week du 28 mai au 4 juin 2016. Connue pour son environnement culturel unique et ses ressources naturelles, Chengdu, capitale de la Province du Sichuan, constitue une véritable vitrine du développement économique de la Chine. Elle est la ville de l'ouest du pays la plus agréable à vivre et la plus prospère avec un fort potentiel de croissance. Chengdu, est donc apparue comme une ville incontournable pour promouvoir la Principauté auprès d'une clientèle chinoise à haut pouvoir d'achat.

Tout au long de cette semaine, la délégation monégasque de 28 personnes menée par **S.E.Mme Catherine FAUTRIER**, Ambassadeur de Monaco en Chine, a présenté La Principauté sous différents axes permettant ainsi de répondre parfaitement aux attentes des invités ciblés avec l'aide de ses partenaires chinois : la société BluInc Média (appartenant à SPH Singapore Press Holdings – plus important et influent groupe de presse en Asie), LuxeLakes Eco-City, IFS (International Finance Square), ICBC Private Banking, la CCPIT du Sichuan. Les différentes présentations et forums ont généré un grand intérêt de la part de ces cercles d'élites chinois.

« *Le Monte-Carlo Lifestyle* » mis en avant par la **Direction du Tourisme et des Congrès** elle-même entourée des principaux complexes hôteliers monégasques : la **Monte-Carlo Société des Bains de Mer**, le **Fairmont Hôtel Monte-Carlo** et le **Metropole Hôtel Monte-Carlo**. L'offre hôtelière monégasque, son savoir-faire historique, son art de la table, mais aussi les événements phares qui se déroulent à Monaco tout au long de l'année constituent l'ADN de ce Monte-Carlo Lifestyle.

Le *Chef Marcel Ravin du Monte-Carlo Blue Bay* avait fait le déplacement pour l'occasion afin d'ajouter la gastronomie au programme de cet événement. Il a ainsi dévoilé son talent au cours des déjeuners et dîners et a subjugué le parterre d'invités avec des saveurs méditerranéennes, pimentées comme dans ses Antilles d'origine et agrémentées des spécificités de la Province du Sichuan, connue en Chine pour sa cuisine très relevée.

Monsieur Guillaume Rose, Directeur général de la Direction du Tourisme et des Congrès, accompagné de son équipe présente sur le marché chinois, a également profité de la Monaco Week de Chengdu pour réunir les professionnels du tourisme à Beijing et Chongqing.

« **Monaco, capitale du yachting** ». Si depuis l'origine, l'objectif de l'organisation la Monaco Week est de promouvoir la Principauté, il s'agit aussi d'inciter une clientèle ciblée à venir visiter Monaco à l'occasion du **Monaco Yacht Show**. Pour ce faire l'équipe du **MYS** était cette année accompagnée de trois de ses chantiers-exposants : le chinois *Pride MegaYachts*, l'italien *VSY-Viareggio Super Yachts*- et l'allemand *Nobiskrug*. Le yachting permet d'allier, dans un contexte extrêmement favorable, business, glamour et loisir. Il fait également partie du « Monte-Carlo Lifestyle » que le monde entier nous envie. La clientèle chinoise très aisée qui assistait à ces conférences s'est vue décrypter un marché ultra-sophistiqué et exclusif tant au niveau de la conception de yachts les plus extravagants qu'au niveau des services d'après-vente des plus performants.

Le **Yacht Club de Monaco**, quant à lui, a insisté sur son rôle fédérateur voulu par S.A.S. Le Prince Rainier III lors de sa création en 1953 : rassembler les femmes et les hommes qui aiment la mer et veulent la protéger, tout en perpétuant ainsi la volonté d'ouverture et de terre d'accueil de la Principauté.

3^{ème} et dernier axe mis en avant pendant cette semaine : la **protection de l'environnement** au travers des actions menées par **la Fondation Prince Albert II**, dans le monde et plus particulièrement en Chine.

Une première journée au sein de **l'Eco-City LuxeLakes** avec conférences, présentations et dîner pour les résidents les plus aisés de ce site immobilier situé à 20 km de Chengdu ; complexe exclusif luxueux et très tendance dans cette Chine en expansion économique mais qui se veut également très impliqué dans la volonté de prendre en compte le respect de l'environnement. Ces habitants privilégiés sont une cible prometteuse pour la Principauté.

Enfin, la visite à la **Chengdu Research Base of Giant Panda Breeding** fut un temps fort lors duquel la **Fondation Prince Albert II**, représentée par son Directeur Général, **Monsieur Oliver Wenden**, a pu témoigner de l'engagement de la Fondation auprès de telles démarches de conservation d'espèces animales menacées (thon rouge en Méditerranée, Tigre de l'Amur, etc..) et exprimer le souhait de contribuer à la sauvegarde des pandas géants, animal emblématique de la Province du Sichuan et de la Chine.

La Monaco Week 2016 s'est achevée lors d'un dîner de gala prestigieux réunissant 200 personnes donné au **Niccolo Hotel by Marco Polo** ; tout nouveau palace hôtel cinq étoiles – inauguré en avril 2015- en plein centre de Chengdu et imbriqué dans le complexe ultra-luxueux et ultra-moderne **IFS (International Financial Square)** qui témoigne de l'effervescence économique de cette ville. Les 200 convives étaient invités par les différents partenaires de la Monaco Week. L'Ambassade de Monaco en Chine avait également réuni de son côté des clients de ICBC Private Banking Sichuan, des membres du Ferrari Club de Chengdu et de la CCPIT, Chambre de commerce de la Province du Sichuan. La soirée placée sous le thème « Casino Royal » fut ponctuée de différentes animations (tables de jeu, tirage au sort et spectacle de cabaret). Le Chef Marcel Ravin du Monte-Carlo Blue Bay a transcendé les plats de ce dîner exceptionnel par son savoir-faire pour le plaisir des invités.

Durant toute la semaine, un stand d'animation de la Principauté avait pris place dans l'enceinte même de IFS. La façade mythique casino de Monte-Carlo a été reconstituée et les différents axes de promotion (tourisme, yachting et environnement) mis en avant sous forme de films, photos et « QR codes » renvoyant sur les sites web des entités présentes, puisque la e-promotion est incontournable dans la Chine d'aujourd'hui. Cela traduit bien le contraste existant avec une République populaire qui doit faire face à des défis gigantesques et qui sait devancer et saisir des opportunités en se propulsant dans l'e-economie à très grande vitesse. La Principauté a su s'adapter sur le marché chinois à cette mutation ultra rapide en créant notamment des pages officielles de promotion de Monaco sur les réseaux sociaux chinois **WeChat** et **Baidu**. Le nombre de followers de Monaco sur ces réseaux est en augmentation permanente. Ces médias sont incontournables en Chine et il faut y être présent car ils sont devenus, contrairement en Europe, de vrais outils de promotion et de business.

Rendez-vous a été donné à Monaco lors du prochain Monaco Yacht Show (28 septembre au 1^{er} octobre – jour de la Fête Nationale Chinoise). Un programme à l'attention de la délégation chinoise est déjà en cours de réalisation avec notamment la « 4^{ème} China Night » qui se déroulera au Yacht Club de Monaco le 30 septembre.