

Le monde entier fête les 150 ans de la SBM

Cela fait 150 ans que la Société des Bains de Mer (devenue Monte-Carlo SBM), principal acteur du secteur des jeux en Europe et leader du tourisme de luxe en Principauté de Monaco, existe. Cela vaut bien une année entière de festivités. C'est en effet en 1863 que naissait, sous l'égide de François Blanc, une nouvelle Société des Bains de Mer et du Cercle des Étrangers à Monaco. Son fondateur répondait alors à l'invitation du Prince Charles III de Monaco, d'après une inspiration visionnaire de la princesse Caroline, sa mère. Grâce au développement des établissements de la Société des Bains de Mer, dont l'acte fondateur fut la construction du casino, un quartier va voir le jour sur le plateau des Spélugues, dénommé, dès 1866, Monte-Carlo.

Afin de célébrer cet anniversaire, diverses manifestations sont donc prévues. La première visait le tourisme d'affaires. Les 16 et 17 février, 250 meilleurs clients (agences et sociétés) venus du monde entier ont vécu une expérience unique, faite de visite et découvertes, le tout dans un esprit



ludique et décontracté. Cocktail dînatoire d'accueil dans la salle Belle Époque de l'Hôtel Hermitage; incentive: créez votre propre film; apéritif sur la scène de l'opéra et visite des établissements SBM étaient ainsi au programme. Sans oublier la soirée de gala animée par Alex Taylor dans la salle Empire de l'Hôtel de Paris. Du 5 au 7 juillet, c'est le public qui connaîtra un week-end

DU 5 AU 7 JUILLET, LE PUBLIC CONNAÎTRA UN WEEK-END D'EXCEPTION



d'exception pour découvrir ou redécouvrir le caractère unique du resort Monte-Carlo SBM. Concerts de Rod Stewart au Sporting Club, de l'orchestre Philharmonique de Monte-Carlo à l'Opéra Garnier, et, pour les autres établissements, offres et surprises sur des thématiques alliant bien-être, gastronomie, nightlife, arts de la scène, culture, sport... seront programmées. S.M.

EN DEUX MOTS...

CONVENTION. Pro BTP, 1^{er} groupe professionnel de protection sociale en France, a organisé sa convention, le mardi 9 avril dans l'amphithéâtre de l'Institut du Monde Arabe à Paris. 250 personnes ont été ainsi conviées à une rencontre placée sous le thème des défis de protection sociale, les réponses du bâtiment et des travaux publics. C'est l'agence La Fonderie qui était en charge de l'événement.

MODE. Depuis la mi-mars 2013, l'enseigne de mode New Look sillonne durant un peu plus d'un mois, les campus de Paris, Bordeaux, Lyon, Lille, Toulouse, Bruxelles pour y dévoiler ses leçons anglaises de mode: concours de look sur fond de photo-call, réductions, événements ponctuels en collaboration avec les bureaux des élèves sont alors organisés. Un blog dédié a également été créé pour l'occasion: newlookstudentcard.com.

MARKETING INTERACTIF. Emakina (agence de communication digitale), en partenariat avec Selligent (fournisseur SaaS ou Software-as-a-Service), propose une rencontre le 28 mars sur la solution d'Interactive marketing à la Maison Devialet (Paris Ile). Un moyen de découvrir comment renforcer la relation avec les consommateurs au travers des témoignages d'Audi et Samsung, deux marques précurseurs dans le domaine de l'interactive marketing.

DÉVELOPPEMENT DURABLE. La Semaine du développement durable s'est achevée le 7 avril et dans le cadre de son programme d'éductour - Le Nord-Est Parisien ne manque pas d'aires -, le comité départemental du tourisme de Seine-Saint-Denis, en partenariat avec Événements 3.0, a joué les prolongations. Le mercredi 10 avril, il proposait aux entreprises et aux agences d'aller à la rencontre des lieux et des prestataires événementiels qui s'engagent dans l'organisation d'événements écoresponsables. L'objectif de cette demi-journée était d'apporter des solutions pratiques aux organisateurs d'événements.



Soirée de gala animée par Alex Taylor dans la salle Empire de l'Hôtel de Paris