

## ÉTATS-UNIS

### EXTENSION VERTE AU MOSCONE CENTER DE SAN FRANCISCO

Confronté à une demande exponentielle du marché Mice à San Francisco le Moscone Center, le plus grand centre de congrès et d'exposition de la ville, investit 500 millions de dollars dans un vaste projet d'agrandissement. Un projet urbain écolo et soucieux du dévelop-

pement durable, d'un design lumineux qui ouvrira sur le secteur piétonnier de Howard Street, en plein cœur de San Francisco. Il développera 45 000 m<sup>2</sup> de nouveaux espaces d'exposition et de circulation entre les espaces déjà existants et l'environnement urbain immédiat planté d'espaces verts, avec un ensemble de terrasses offrant des vues panoramiques sur la ville, prévues pour accueillir également événements et réceptions. Une réalisation rendue grandement nécessaire, sachant que le Moscone Center génère 20% (1,98 Md \$) des 9,38 milliards de retombées économiques annuelles induites par le tourisme à San Francisco. L'extension devrait créer 3480 nouveaux emplois permanents et générer 754 millions de dollars de nouveau business, dont 20 millions de taxe hôtelière additionnelle. Le début des travaux est programmé en décembre 2014 pour un achèvement à l'automne 2018.



### FLORAISON ÉVÈNEMENTIELLE POUR LA GROSSE POMME...

New-York est submergée par son succès, touristique (55 millions de visiteurs attendus en 2014) comme sur le marché Mice : 5,6 millions de participants à des meetings en 2012, 5,9 en 2013, pour 5 milliards de dollars de retombées économiques. Un pactole qui mérite assurément que tous les acteurs de la filière se mobilisent, ce qu'ils ne manquent pas de faire, convaincus que la Grosse Pomme est le meilleur endroit au monde pour faire du business. Ainsi ont ouvert ces derniers mois en matière de « venues », la Media House/BRIC Arts à Brooklyn, un centre de création artistique qui dispose de plusieurs espaces pour des événements jusqu'à 400 personnes, le 101 Park Avenue, près de Grand Central Station à Manhattan, centre de réunion inauguré en janvier dernier proposant 7 salles pouvant accueillir jusqu'à 160 délégués, ou encore, la Pier A Harbor House, un landmark historique de Battery Park qui offre des points de vue imprenables sur l'Hudson, Lower Manhattan et la skyline du Financial District, tandis que sera inauguré en avril prochain au sommet du nouveau One World Trade Center, le One World Observatory (événements de 10 à 450 personnes), avec une vue à 360° sur la ville. Autres bonnes nouvelles, la réouverture à près de 2 ans de rénovation de la célèbre Tavern on the Green (de 10 à 1000 invités), le restaurant iconique de Central Park, ainsi qu'à l'automne, celle de la non moins célèbre Rainbow Room (300 places) au sommet du Rockefeller Building.

### ... ET FRUCTUEUSE RÉCOLTE HÔTELIÈRE

Une même effervescence règne en matière hôtelière, puisque New-York, qui connaît un taux d'occupation moyen annuel de plus de 87%, verra son parc hôtelier augmenter de 1000 chambres en 2014, portant sa capacité totale à 105 000 chambres. Les cinq boroughs de la ville sont concernés par cette fièvre d'ouvertures pour un total de 34 nouveaux établissements, dont The Be Hotel NYC, The Broome NYC, un Citizen M, un Crowne Plaza à l'aéroport JFK, un Hilton Garden Inn sur Central Park South, The Paper Factory Hotel, The Parc Hotel, The William Hotel et le Wyndham New Yorker, plus The Park Hyatt New York, sur la 57<sup>ème</sup> Rue, un Aloft de Starwood à Lower Manhattan, et dans le haut de gamme, The Knickerbocker Hotel à Times Square, griffé des Leading Hotels of the World. Parmi les nombreux développements new-yorkais à venir de Hilton, la chaîne vient d'annoncer l'ouverture à Manhattan du premier et du plus grand établissement de sa marque Homewood Suites. Situé dans le midtown près de Times Square, le Homewood Suites New York abrite sur 22 étages, 293 suites, plusieurs salles de réunion et une terrasse-jardin au dernier étage, privatisable pour une réception.



## MIAMI : DES HÔTELS PLEIN LA PLAGE

Boom hôtelier sans précédent sur Miami Beach, les chaînes internationales de tous les continents se bousculant pour y accrocher leurs enseignes, tandis que les rénovations vont bon train, comme celle du Cadillac Miami qui vient d'achever la sienne pour une enveloppe de 25 millions de dollars. Après la réouverture du Continental South Beach sous le nom de Nautilus South Beach et l'inauguration par la chaîne singapourienne Como du Metropolitan by Como, sur Collins Avenue, doit suivre cet automne l'ouverture d'un Marriott Edition Hotel, la marque haut de gamme de l'enseigne, puis celles du Redbury Hotel South Beach, du Faena Hotel Miami Beach et du Hotel & Homes South Beach. Un boom que veut soutenir la ville en programmant pour 2016 la rénovation du Miami Beach Convention Center. Coût de l'opération : 500 millions de dollars.



## L'OFFRE MICE DE LOS ANGELES S'ENVOLE

A commencer par celle de son gigantesque Convention Center qui va bientôt faire l'objet d'un vaste programme de rénovation et d'extension. Le LACC (80 000 m<sup>2</sup>, 64 salles de réunion) verra, en effet, ses espaces augmenter de 30 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition, de 7500 m<sup>2</sup> dédiés à de nouvelles salles de réunion et d'une salle de réception de 6000 m<sup>2</sup>. L'offre hôtelière, déjà conséquente à proximité du Convention Center, notamment avec celle du très moderne complexe L.A. Live qui regroupe dans le haut de gamme, un JW Marriott (878 chambres) et un Ritz-Carlton (123 chambres), va également bientôt s'étoffer d'un nouvel hôtel de 1000 chambres, avant d'atteindre à l'horizon 2019 un total de 5500 chambres, accessibles à pied depuis le centre. D'autres projets hôteliers sont en cours dans la ville des Anges, dont celui du Beverly Gardland (inauguré cet été), d'un Sheraton Downtown L.A. (fin 2015), d'un Renaissance et du Metropolis Los Angeles, tous deux programmés pour 2016.