

Au sommaire de ce numéro un article de fond sur l'investissement touristique co-écrit par Emmanuel Gérard et Xavier Bonnel, paru dans la revue Inter Régions (n° 279 de Juillet-Août 2008) et publié avec l'aimable autorisation du CNER ; l'interview du Président du SNELAC Arnaud Bennet ; l'«Air du temps» de Jean-Michel Puydebat et «Retour sur mises à jour» de l'Annuaire-Guide IPOLIS.

---

**Atout économique prometteur pour les régions françaises, le tourisme nécessite des efforts d'adaptation et d'investissement. Emmanuel Gérard et Xavier Bonnel en font la démonstration.**

## **L'indispensable relance de l'investissement touristique**

L'enjeu du tourisme en tant que potentiel de développement économique s'impose progressivement à tous. On sait aussi que la France n'occupe que le 3<sup>e</sup> rang mondial en termes de recettes touristiques. Et que dire du classement en termes de recettes, par visiteur, où elle se situe désormais au 9<sup>e</sup> rang !

La consommation touristique - 45,7 milliards d'euros en 2006 - progresse moins rapidement que le PIB et la consommation des ménages. Le niveau de l'investissement touristique est, quant à lui, inférieur aujourd'hui à celui de 1990.

Dans ce contexte doivent, certes, être améliorées la connaissance de la demande, la structuration de l'offre, la promotion et la commercialisation, l'organisation et la répartition des flux sur le territoire. Il n'en demeure pas moins que l'investissement touristique constitue une variable essentielle de l'adaptation permanente à laquelle le secteur du tourisme doit faire face et qui, selon les modes d'évaluation et les années, représente entre 5 et 10 milliards d'euros par an.

### **Indispensables adaptations**

L'investissement touristique regroupe investissement privé - entreprises et ménages pour immobilier touristique - et investissement public, de plus en plus limité pour ce dernier par la raréfaction des financements budgétaires. Il est indispensable à la qualification ou à la rénovation du parc d'hébergement classique, en particulier l'hôtellerie familiale, les résidences de tourisme ou l'hôtellerie de plein air, à l'adaptation des stations sous leurs différentes déclinaisons, à la modernisation des structures du tourisme social, au renouvellement des équipements de loisirs...

Il est également indispensable à la mise en œuvre de nouveaux concepts touristiques - « resorts », nouveaux modes d'hébergement écologiques, tourisme d'affaires...- en remplacement de ceux arrivés en phase d'obsolescence, à la prise en compte de l'environnement et du développement durable, à l'innovation..., dans un pays où l'art de vivre doit autant rimer avec tradition qu'avec inventivité. Enfin, il s'inscrit dans le cadre d'une économie marquée par des mouvements de structuration et de concentration - hôtellerie, parcs de loisirs, campings...-, avec l'intervention désormais directe de fonds d'investissement.



**Montant des investissements en M€ courants  
- prévisions pour l'année 2008 -**

Segments	Nbre
<b>Hébergement marchand</b>	
- Hôtellerie	1 610
- Résidences de tourisme	988
- Hôtellerie de plein air	350
- Villages de vacances	185
- Gîtes et chambres d'hôte « Gîtes de France »	155
<b>Restauration</b>	1 300
<b>Equipement de loisirs</b>	
- Remontées mécaniques et investissements connexes	330
- Casinos	195
- Parcs de loisirs	220
- Autres équipements (tourisme culturel et de loisirs)	250
<b>Rencontres et événements professionnels</b>	
- Centre de congrès et parcs d'expositions	187
<b>Total</b>	<b>5 770</b>

Source : Tableau de bord de l'investissement touristique 2007 – ODIT France

### Les freins à l'investissement

Quels sont les facteurs explicatifs de cette situation de "relative atonie" de l'investissement touristique et quelles sont les raisons d'envisager une perspective de croissance ? On peut distinguer plusieurs freins principaux :

**. Une prise en compte du tourisme encore limitée en tant que levier de développement économique**

Le rapport Descamps le souligne : le tourisme n'est pas une science, mais un agrégat d'activités complémentaires qui l'a relégué à un rang subalterne dans les politiques publiques. En dehors de l'hébergement et des grandes chaînes hôtelières et para-hôtelières, l'investissement privé n'a pas constitué de véritable enjeu pour les politiques publiques. C'est souvent davantage un secteur qui s'offre au rêve collectif et, par voie de conséquence, au financement public dans lequel chacun s'érige en expert et où les raisonnements simples relèvent de l'intendance courante, en regard du volontarisme politique :

- Comment assurer les 100 jours de remplissage à 100% qui sont indispensables pour garantir l'équilibre économique minimum d'un hébergement para-hôtelier
- Comment se rapprocher le plus possible de la célèbre loi du millième qui veut qu'une chambre d'hôtel ne coûte pas plus à construire et à aménager que mille fois son prix moyen à la nuit ?
- Comment être certain que les équipements de loisirs proposés attireront au moins un client pour chaque 150 euros hors taxes investis ?

**. Une tradition ancienne de clivage entre secteurs public et privé**

La traditionnelle méfiance française entre un secteur public paré des vertus de l'intérêt général et un secteur privé "marqué par le péché originel du capital" n'a pas contribué à faciliter les synergies. On observe qu'en dehors des grandes opérations d'infrastructures et des grands maîtres d'ouvrage publics, la culture des acteurs publics en matière d'investisseurs et d'opérateurs privés est assez réduite. Paradoxalement, on s'aperçoit aujourd'hui que les



investisseurs ou opérateurs étrangers, et notamment espagnols, croient davantage que les acteurs touristiques français à la possibilité de développer des activités économiques de marché en France.

Enfin, comme l'a souligné l'Institut pour la Gestion Déléguée (IGD), l'égalité des contraintes fiscales, sociales et réglementaires entre opérateurs publics ou parapublics et opérateurs privés, devant une même opération, n'est pas encore d'actualité et, de ce fait, l'intervention publique est souvent directement ou indirectement favorisée.

### ***. Un tissu hétérogène d'entreprises privées du secteur touristique***

A l'image de la structure générale des entreprises dans l'économie française, le tissu des entreprises du secteur du tourisme se caractérise par de grands groupes performants, une multitude de TPE, mais aussi par une carence de grosses PME qui pourraient s'intéresser à des opérations structurantes de moyenne importance financière sur les territoires.

### ***. La concentration touristique sur Paris et sur quelques sites***

Les investissements touristiques sont encore, voire toujours plus, selon les dernières études disponibles, concentrés sur un nombre limité des territoires. 80% des équipements d'hébergement et de loisirs sont concentrés sur 20% du territoire national.

Il existe de très nombreuses opportunités d'aménagement ou de réaménagement de sites et d'équipements touristiques de qualité, des pépites à valoriser, notamment par la rénovation ou la requalification, qui ne le sont pas, par défaut d'identification, par mauvaise circulation de l'information entre public et privé, par carence de structures réceptives qui permettraient le franchissement de seuil de rentabilité en s'attendant à faire venir en région la clientèle touristique des grands pôles parisiens, grâce à des produits appropriés.... Les prévisions de développement de la fréquentation touristique étrangère en France, du « rendez-vous en France », à l'horizon 2020 - potentialité estimée à 110 millions de visiteurs, soit une croissance de près de 40% par rapport à la fréquentation actuelle - rendent indispensable, au moins au titre du développement durable, un aménagement touristique du territoire qui permette une diffusion des flux de visiteurs escomptés.

### ***. L'absence de fonction identifiée de développeur et d'interface avec les investisseurs privés***

Il n'existe pas, sur les territoires, d'intervenant identifié pour défricher opportunités foncières et potentialités de projets de tourisme durable et les faire valoir aux investisseurs touristiques : quelle offre concrète de services et de loisirs peut-on y développer ? Quels partenaires investisseurs et exploitants cibler et convaincre ?

La majorité des Comités départementaux du tourisme maîtrise d'abord les techniques de promotion. C'est sans doute la raison pour laquelle, ainsi que l'a montré un récent séminaire organisé par le CNER, les comités d'expansion et les agences de développement économique commencent à se lancer sur ce sujet, forts de leur savoir-faire en matière d'implantation d'entreprises industrielles ou de services, sans mésestimer cependant les spécificités de l'économie touristique et de ses acteurs.

La Caisse des Dépôts, la DIACT et ses réseaux territoriaux, la Fédération des Entreprises Publiques Locales, les grands établissements publics comme, par exemple, Voies Navigables de France, les établissements publics et les opérateurs fonciers... devraient être également des acteurs d'une indispensable dynamique de prospection et d'identification de nouveaux projets d'investissement touristique s'inscrivant nécessairement dans une perspective de tourisme et de loisirs durables.



## **Les raisons de croire à la croissance**

Il y a pourtant de nombreuses raisons d'envisager une perspective de croissance :

### **. *L'arrivée de nouveaux investisseurs et de produits innovants***

L'analyse des évolutions récentes permet de repérer des exploitants d'hôtels liés à des casinos d'un nouveau type comme le groupe BARRIERE, des investisseurs hôteliers dans des lieux de patrimoine comme France Patrimoine ou SLIH, des concepteurs créatifs dans l'hébergement léger de loisir comme le groupe HUTTOPPIA ou le groupe BOCAGE, des spécialistes de l'espace rural et de moyenne montagne comme REVEA, PIERRE ET VACANCES avec ses "Villages Nature", des promoteurs d'un genre nouveau comme CORESTONES, PROMEO, CELEOS, MY SUITE qui, dans le sillage des grands de la résidence de tourisme, véhiculent de nouvelles philosophies de résidence, d'activités et de loisirs.

### **. *Le développement des partenariats publics privés (PPP)***

Le modeste développement des PPP dans le domaine du tourisme et des loisirs, trois ans après la publication de l'ordonnance du 17 Juin 2004, les contraintes et les lourdeurs de mise en œuvre, ont conduit à modifier les textes de manière à relancer l'intérêt pour cette procédure. Les mois qui viennent donneront l'occasion d'évaluer l'impact des dispositions nouvelles et de constater si la procédure PPP est davantage utilisée sur les projets touristiques et de loisirs, en particulier pour des opérations de moyenne importance.

### **. *La réflexion en cours sur le rôle majeur de la formation et de l'innovation.***

Le rapport Descamps souligne l'impératif de professionnalisation des métiers du tourisme et la constitution d'une filière de formation pour des gestionnaires de haut niveau des activités touristiques.

Dans le rapport de la Commission Attali, le tourisme est le seul secteur non directement scientifique cité parmi les huit secteurs dans lesquels la France a la possibilité, si elle s'en donne les moyens, de prendre une place de premier rang. Cela signifie de donner progressivement une place plus forte à la liaison entre activités touristiques et innovation, de manière à stimuler l'investissement autour de nouveaux concepts.

Comme le souligne Gérard Brémond, le PDG de Pierre et Vacances : « Bien des gisements existent aujourd'hui dans le champ qui nous intéresse ici, en relation avec les territoires : le sport, le bien-être, le patrimoine, l'univers des jardins, la musique, la gestion de loisirs créatifs et scientifiques... que peuvent investir des entrepreneurs imaginatifs et audacieux, créateurs d'emplois. L'une des principales conditions du succès est que la culture du partenariat entre public et privé s'approfondisse en France, dans le respect des prérogatives de chacun et avec comme préoccupations constantes : adaptation à la demande, formalisation de l'offre à une échelle pertinente, qualité et développement durable.... »

### **. *La montée en puissance du rôle des fonds d'investissement et des foncières***

Un seul fonds d'investissement en France est spécialisé dans le tourisme : Avenir Tourisme (Caisse des Dépôts), mais une cinquantaine de fonds d'investissement ont une part d'activités dans le tourisme et notamment dans l'hôtellerie.

Le positionnement de fonds majeurs comme Colony Capital qui, après avoir développé une stratégie dans les secteurs des casinos, de l'hôtellerie, de la restauration..., s'intéresse au secteur des loisirs en France, par exemple dans le domaine des équipements sport et loisirs et pas seulement dans de grandes agglomérations, montre bien qu'il existe sur des projets bien conçus de réelles possibilités de financement de projets. Elles rendent cependant nécessaires le recours, de la part des collectivités, à une ingénierie spécialisée, de façon à pouvoir négocier avec des acteurs privés très rompus aux techniques des montages juridiques et financiers complexes. Enfin, une vingtaine de foncières développent une part d'activités dans le tourisme.



## Un véritable gisement d'activités

Il faut bien constater que, face à l'enjeu en termes d'adaptation et de développement de l'économie touristique, face à l'enjeu de réduction du déficit de la balance des paiements, il existe, à travers l'investissement touristique privé, un véritable gisement. A la condition que soient mises en œuvre les conditions d'un « partenariat stratégique » intelligent, respectueux des prérogatives de chacun et résolument inscrit dans le développement durable, entre collectivités locales, grands opérateurs fonciers, investisseurs et opérateurs privés.

Plutôt que de proposer la mise en place d'une structure supplémentaire d'intervention, en ces temps de « Révision Générale des Politiques Publiques (RGPP) », est préconisé le lancement d'une opération collective volontariste de sensibilisation et de mobilisation conjointe des acteurs publics et privés concernés, à l'initiative de l'Etat et en synergie avec les territoires, afin qu'elle acquière toute sa légitimité. D'une durée déterminée, de huit mois à un an, bien inscrite dans un aménagement touristique durable du territoire, cette opération viserait à faire se rencontrer des acteurs publics et privés qui se connaissent si peu, à identifier en liaison avec les partenaires institutionnels, les meilleurs investisseurs et opérateurs touristiques étrangers susceptibles de s'implanter en France, à amorcer une dynamique de réalisation et de financement de projets innovants. En contribuant à construire une réponse concrète au défi de l'accroissement de 40% à moins de 15 ans de la fréquentation touristique de ce pays, cette démarche engendrerait à peu de frais une stimulation en profondeur de l'investissement touristique au service de la croissance.

*Emmanuel Gérard est directeur de l'Agence Ipolis et auteur de l'« Annuaire-Guide Ipolis».*  
*Xavier Bonnel est directeur à Somival et président du Club export d'ODIT France.*

### INTERVIEW DE ARNAUD BENNET, PRESIDENT DU SNELAC



**IPOLIS : Existe t-il de nouveaux gisements dans les espaces de loisirs, d'attractions et culturels, pour l'investissement privé et quels sont les freins à leur développement ?**

Arnaud BENNET : Notre secteur d'activité est toujours en expansion même si la croissance n'atteint pas les taux exponentiels des 20 dernières années. Le secteur est passé de 3 millions de visites dans les années 80 à plus de 64 millions de visites en 2007. La créativité est au cœur de notre métier et nos visiteurs sont exigeants. Nous pouvons voir se dessiner de nouvelles tendances et apparaître de nouveaux produits : les parcs animaliers se modernisent en offrant désormais un véritable parcours de visite ludico-éducatif, les parcs d'attractions renouveau leur attractivité en investissant massivement dans de nouvelles attractions et de nouveaux spectacles. Les parcours acrobatiques en hauteur, les espaces de jeux pour enfants de moins de 12 ans, les parcs-jeux sont les nouveaux produits qui ont émergé ces dernières années. S'il n'y a plus de place pour un opérateur de la taille de Disneyland Resort Paris, les territoires offrent en revanche de bonnes opportunités pour les investisseurs de parcs à dimension régionale. Les banques sont souvent un peu frileuses pour accompagner les entrepreneurs dans ce type d'activité, car elles méconnaissent le marché et notamment les taux de rentabilité qu'il dégage.



## **IPOLIS : Comment peut-on faire converger les démarches qualité conduites par les équipements privés, avec celles engagées par les institutions dans le cadre de la mise en valeur de l'offre touristique sur les territoires ?**

Arnaud BENNET : En travaillant de manière concertée et respectueuse des missions de chacun. Le parc de loisirs est un acteur de développement de territoire car il est souvent implanté dans des zones rurales et à faible densité touristique. Une étude réalisée par le SNELAC a montré qu'un visiteur qui se rend dans un parc à proximité chez lui a visité l'année précédente l'un des 3 majors, et détient donc un étalon de qualité pour évaluer son site. L'exploitant a par ailleurs comme priorité la qualité de l'accueil en toute sécurité du visiteur, c'est une question essentielle qui peut tout à fait venir en articulation d'une démarche qualité engagée par les institutions. Le SNELAC est d'ailleurs partenaire d'ODIT France et de la Direction du Tourisme pour travailler ensemble sur ces questions.


## **IPOLIS : Quelle signification et quelle portée faut-il donner aujourd'hui au partenariat entre secteur public et secteur privé, dans les équipements structurants de loisirs et de tourisme culturel ?**

Arnaud BENNET : Là encore, il faut respecter les missions de chacun. La mission de service public est loin d'être évidente pour les équipements structurants de loisirs, et c'est donc aux entreprises privées d'offrir des équipements les plus divertissants possibles, le jeu du marché permettant l'émulation nécessaire à l'accroissement de la qualité. Pour le tourisme culturel, le débat est un peu différent car de nombreuses collectivités font désormais le choix de faire gérer en délégation de service public leur patrimoine par une entreprise privée. Le succès de Culturespaces permet de démontrer qu'on peut remplir une mission de service public de préservation et de mise en valeur du patrimoine tout en mettant en œuvre un savoir-faire du « privé » pour attirer et fidéliser un public et en rationalisant au plus près l'exploitation du site. Ce type de partenariat est donc amené à se développer, en sériant bien les missions et les prérogatives de chacun.

## **AIR DU TEMPS**

### **Pourquoi la Révision Générale des Politiques Publiques ( RGPP) prend du retard : l'exemple du secteur culturel et touristique ?**

La Révision Générale des Politiques Publiques mise en œuvre par l'actuel gouvernement a « accouché » de deux trains de mesure les 12 décembre 2007 et 11 juin 2008, soit 337 mesures. Dans le secteur culturel ont notamment été annoncées des mesures aussi importantes que la filialisation de la Réunion des Musées Nationaux, le transfert de certains musées Service à Compétence Nationale à des collectivités ou à des établissements publics existants, ou encore la fusion du Palais de la Découverte et de la Cité des Sciences.... Annoncées comme imminentes, ces mesures auront du mal à voir le jour en 2009. Comment s'expliquent ces retards bien plus profondément que par la crise financière que nous sommes en train de vivre ?

La première des raisons de ce retard est l'inertie des corps d'inspection internes aux administrations concernées à qui a souvent été confiée la mise en œuvre de ces mesures (par des rapports notamment confiés à certains de leurs membres)....et qui n'ont pas toujours une culture profonde de la réforme de l'administration. Certes, la DGME (Direction Générale de la Modernisation de l'Etat rattachée au Ministère des Finances) dirigée par François-Daniel Migeon, ancien consultant, monte en puissance avec une vingtaine de personnes « constituée pour partie de consultants expérimentés » (source les Echos) pour contrebalancer ce pouvoir interne aux administrations et épauler les ministères dans leur adaptation au changement. 

Deuxième raison à ce retard, la manière assez « technocratique » avec laquelle ont été menés les « audits » conduisant à ces mesures, sans même souvent impliquer les personnels de direction, à l'exemple des opérateurs du Ministère de la Culture concernés par ces mesures, ou encore confiés, comme dans le cas du Palais de la Découverte, à...des cabinets spécialisés en systèmes d'information, qui plus est -dans ce cas d'espèce- à la faveur d'un mécénat de compétences (Cap Gemini en l'occurrence)... Sans compter les cas de recours à des cabinets anglo-saxons généreusement payés (BCG par exemple pour le compte du Secrétariat du Tourisme où pour Tourisme 2020 on évoque de sources sûres - le Géfil, syndicat professionnel regroupant les consultants tourisme - un budget de 900 000 euros !).

La troisième raison d'un échec programmé - est la méthode très française imposant de très haut, sans recourir à des groupes de travail interne de l'ensemble des personnels, les mesures à mettre en œuvre dans une démarche de type « up-bottom », dont on sait qu'elle fonctionne rarement pour adapter une organisation au changement ou fusionner deux « maisons ». Le privé l'a bien compris, mais dans nos administrations, les responsables restent bien souvent adeptes de la « vieille méthode non participative », enseignée à l'ENA.

C'est ainsi que le nouvel établissement fusionnant le Palais de la Découverte et la Cité des Sciences ne verra pas le jour avant fin 2009, alors qu'il était annoncé pour le début de cette année. Sans compter qu'on cherche toujours dans cet exemple quels pourraient être les foyers de mutualisation de dépenses (outre les quelques postes de direction, la communication ou la production d'expositions peut être), puisque le projet est de conserver les deux sites avec leurs dépenses de personnel et d'animation notamment.

Dans un autre cas, celui des transferts des musées Services à Compétence Nationale aux Collectivités Locales, on n'a pas eu connaissance d'un véritable appel à transfert (comme cela avait été le cas sur les Monuments Historiques ou récemment encore auprès de Collectivités Locales pour l'externalisation des réserves des grands musées parisiens où quinze dossiers de candidature ont été déposés). Sait-on par exemple qui des villes ou départements concernés aurait pu s'intéresser au musée des antiquités nationales de Saint Germain en Laye ou aux sites de La Malmaison et de Bois-Préau à Rueil ? La gestion « au plus près du terrain » aurait vraiment été dans le sens de l'histoire, occasion manquée par résistance de la Réunion des Musées Nationaux ou des grands Etablissements Muséaux parisiens dans cet exemple. En effet, mutatis mutandis, la reprise du château du Haut-Koenigsbourg par le Conseil Général du Bas-Rhin a porté tous ses fruits dès la première année avec beaucoup plus de profit que lorsque la gestion en était Centre des Monuments Nationaux.

En résumé beaucoup de bruit (et d'inquiétude des personnels) pour peu de résultats alors que l'esprit de la démarche était le bon ; rationaliser et rendre plus efficace la démarche de l'Etat et de ses opérateurs. Il est d'ailleurs symptomatique que des évidences aussi fortes que le regroupement des deux GIP du Secrétariat d'Etat au Tourisme, ODIT France et Maison de la France, ne figuraient pas dans le train des mesures RGPP...et que sans un Secrétaire d'Etat un peu pugnace, cette mesure de bon sens n'eut pas vu le jour (on l'annonce pour janvier 2009, soit en moins de 6 mois !). A suivre lors du point de l'état d'avancement de la RGPP annoncé à fin octobre 2008.

Jean-Michel PUYDEBAT  
Directeur du Cabinet PV2D  
Président de la Compagnie Partenariale  
d'Ingénierie et de Projets (CPIP)



## RETOUR SUR MISES A JOUR

Depuis la dernière newsletter, des mises à jour ont été effectuées concernant notamment :

### o L'évolution de l'activité des acteurs cités dans la base de données, avec :

- Dix ans après avoir décroché avec Bouygues, le Stade de France, VINCI remporte le contrat du «MMArena » au Mans. Le numéro un mondial du BTP construira, exploitera et entretiendra le stade pendant trente-cinq ans. Il permettra au club de se doter dès 2010 d'une enceinte de 25 000 places qui comprendra 2 000 places « privilège » et 250 en loges, des espaces de réception, un restaurant panoramique, un centre de remise en forme et un hôtel.

- Le 5 mai 2008, le duo EURAZEO, société d'investissement, et COLONY CAPITAL, fonds américain, ont conclu un pacte d'une durée de cinq ans afin de monter à hauteur de 17,5 % dans le capital du groupe ACCOR, avec, comme objectif final, "de porter leur participation à 30 %".

- ACCOR lance MGALLERY. Cette collection d'établissements réunie des hôtels remarquables par leur personnalité. Fort de ces huit établissements provenant des réseaux Sofitel ou Grand Hôtel Mercure, Accor accordera le label MGALLERY à plus de 40 hôtels dans 23 pays, d'ici fin 2010.

- SUNELIA « Col vert » est le premier hôtel de plein air en France et le 53e en Europe à recevoir le label environnemental « Eco-Label européen » certifié par l'AFNOR.

### o Le référencement de nouveaux acteurs au sein de l'Annuaire-Guide, pour les catégories suivantes :

#### • les opérateurs :

##### ➤ Hébergement :

➤ Hôtels : « HOMTEL » marque de la COMPAGNIE D'HOTELS » [www.homtel.fr](http://www.homtel.fr) - «SEGERIC » [www.groupe-segeric.com](http://www.groupe-segeric.com) – « ROUSSILL'HOTEL » [www.roussillhotel.com](http://www.roussillhotel.com)

➤ Hôtellerie de plein air : «AQUADIS LOISIRS» [www.aquadis-loisirs.com](http://www.aquadis-loisirs.com) – «VAGUES OCEANES » [www.camping-vagues-oceanes.com](http://www.camping-vagues-oceanes.com)

➤ **Pluriactivités** : «LES CLEDELLES » (résidence de tourisme, hôtellerie de plein air, parc résidentiel de loisirs, hébergement de groupe) [www.lescledelles.com](http://www.lescledelles.com)

#### • les promoteurs-aménageurs :

- «CORESTONES» : cabinet conseil spécialisé dans le montage de projets immobiliers et touristiques (conseil, prospection foncière, étude de marché, faisabilité, assistance à maîtrise d'ouvrage...) [www.corestones.com](http://www.corestones.com)

- «LA COMPAGNIE DE PROMOTION IMMOBILIÈRE ET HÔTELIÈRE (CPIH) » [www.cpih.fr](http://www.cpih.fr)

#### • les acteurs financiers :

- « ABÉNEX Capital » [www.abenexcapital.com](http://www.abenexcapital.com)



▪ **les acteurs institutionnels ressources :**

- «CONSEIL GENERAL DE L'ENVIRONNEMENT ET DU DEVELOPPEMENT DURABLE» : service du Ministère du Développement durable assurant des missions de conseil, d'expertise, d'inspection, d'audit et d'évaluation au profit de différents ministères ou autorités publiques - [www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr](http://www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr)
- «ODYSSEA» : réseau européen des cités portuaires qui vise à mettre en synergie les potentialités touristiques des ports et de leur arrière pays
- « CLUB DES VILLES CYCLABLES » : acteur majeur en matière de politiques et de réalisations cyclables créé en 1989 par 10 villes pionnières, qui regroupe aujourd'hui plus de 1 000 collectivités - [www.villes-cyclables.org](http://www.villes-cyclables.org)

▪ **l'ingénierie d'accompagnement :**

- **Juriste** : « UGGC & Associés » - [www.uggcavocats.com](http://www.uggcavocats.com)
- **Groupement professionnels** :
  - « ANAÉ » (Association des agences de communication événementielle) : organisme qui représente, valorise et défend les intérêts des métiers de l'événement - [www.anae.org](http://www.anae.org)
  - « FSCF » (Foire, Salons et Congrès de France) - [www.foiresalon.com](http://www.foiresalon.com)

▪ **La presse :**

- «EUROPEAN CAMPING BUSINESS» : premier magazine européen pour les campings professionnels - [www.ecbpresse.com](http://www.ecbpresse.com)
- «VILLE ET VELO» : revue électronique destinée aux acteurs en charge de la programmation d'aménagements cyclables et de la promotion de la pratique du vélo - [www.villes-cyclables.org](http://www.villes-cyclables.org)

**o Les modifications d'adresse et de dénomination :**

- « CORNET VINCENT SEGUREL » - 251 boulevard Pereire – 75852 PARIS CEDEX 17 – Tél : 01 40 73 73 40 – Fax : 01 40 73 73 40 - [www.cvs-avocats.com](http://www.cvs-avocats.com)
- « ASSEMBLEE DES CHAMBRES FRANÇAISES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE » - 46 avenue de la Grande-Armée - CS 50071 - 75858 PARIS CEDEX 17 - Tél : 01 40 69 37 00 - Fax 01 47 20 61 28 [www.acfci.cci.fr](http://www.acfci.cci.fr)
- « SNELAC » - 2 rue d'Amsterdam - 75009 PARIS – Tél : 01 40 50 05 65 - Fax : 01 40 50 94 85 - [www.snelac.com](http://www.snelac.com)
- « MONTPARNASSE 56 » devient « M56 » - [www.tourmontparnasse56.com](http://www.tourmontparnasse56.com)

**Et aussi...**

-Du 20 au 22 octobre 2008, a eu lieu à Lyon, SITEO, le salon européen des sites de tourisme. Il a présenté à toutes les solutions pour les fonctions clés des établissements de tourisme (accueil, commercialisation, développement durable, événementiel, hébergement, loisirs, bien-être, restauration) - [www.salon-siteo.com](http://www.salon-siteo.com)

-[www.tourismeculturel.net](http://www.tourismeculturel.net) est le premier réseau collaboratif pour les acteurs du tourisme culturel en France. Initié par l'ODIT, il vise notamment à apporter des réponses pratiques et opérationnelles aux questions que se posent régulièrement les élus, gestionnaires ou porteurs de projets.