

Alliance 46.2

Entreprendre en France pour le tourisme

Dossier de Presse

6 février 2014

Contact :

Frédéric Pierret

Tél : 06 83 24 67 19

rp.tourisme@yahoo.fr

Site internet : www.alliance46-2.fr

Alliance 46.2

Entreprendre en France pour le tourisme

Dix-neuf entreprises créent

Alliance 46.2

Entreprendre en France pour le tourisme

Nous sommes dix-neuf entreprises leaders sur leur marché, au niveau national ou européen et, pour certaines d'entre elles, au niveau mondial.

Nous sommes toutes des entreprises concernées par le tourisme,

- soit parce que nous offrons directement des services aux touristes,
- soit parce que nous faisons partie de sa chaîne de valeur.

La France est la première destination touristique dans le monde, sachons le revendiquer et adopter les mesures nécessaires pour conserver et renforcer cette place de leader. Face à une concurrence mondiale toujours plus forte, la France ne peut se reposer sur ses acquis.

En décidant de nous réunir dans une alliance, nous voulons renforcer l'attractivité de la destination France et faire apparaître le tourisme comme une filière cohérente et un pilier majeur de notre économie.

C'est parce que nous concentrons notre démarche sur le tourisme dans notre pays que notre dénomination évoque les coordonnées géographiques de la France.

En mettant en commun notre expérience et notre vision stratégique, nous voulons faire bouger la perception d'un secteur décisif pour la croissance et pour l'emploi en France.

En effet, nous pensons que le tourisme français n'apparaît :

- ni comme une filière très diversifiée dont les acteurs sont liés par une même chaîne de valeur
- ni comme une industrie majeure génératrice de 2,2 millions d'emplois, de 7,3 points de PIB et qui constitue le premier poste positif de notre balance des paiements.

Si le tourisme n'est pas reconnu comme un pilier majeur de notre économie, c'est qu'il n'apparaît pas comme tel aux yeux de l'opinion publique, des relais d'opinions, ou des décideurs.

Que manque-t-il alors ?

Trois éléments principaux :

- D'abord que, au-delà de leur diversité, les principaux métiers du tourisme apparaissent, aux yeux du grand public et des décideurs publics, comme les acteurs d'une même chaîne de valeur et liés par les mêmes intérêts fondamentaux.
- Ensuite que cette « force commune » fasse ressortir les éléments de stratégie qui la cimentent. C'est essentiellement une affaire de dialogue au sein du secteur, d'études économiques à conduire et de propositions à élaborer.
- Enfin que cette image et ces éléments de stratégie soient partagés par les décideurs publics.

Ce sont les raisons pour lesquelles le modèle adopté par **Alliance 46.2** est celui d'un club d'entreprises qui, fédérant quelques grandes entreprises du tourisme est à même de faire émerger à la fois une image commune du secteur et des axes stratégiques susceptibles de lever les freins qui entravent toute la filière.

Ces entreprises, qui disposent d'une place de leader dans le tourisme en France (transporteurs, hébergeurs, restaurateurs, commerces, industriels du luxe, gestionnaires d'activités et d'infrastructures, financiers, investisseurs...) veulent, en s'appuyant sur une petite équipe opérationnelle, rendre visible ce secteur dans l'opinion et sensibiliser les acteurs publics sur ses enjeux stratégiques.

Nous sommes en effet décidés à faire bouger les choses, **car le tourisme français est confronté à de sérieux défis** dans le contexte d'un marché du tourisme en pleine croissance au niveau mondial (+ 5% en 2013).

- Depuis au moins 10 ans le **tourisme réceptif français**, s'il reste leader mondial en termes d'arrivées (83 millions en 2012), perd des parts de marché non seulement au niveau mondial mais également au niveau européen et même au sein de l'ensemble qu'il forme avec ses principaux voisins de la zone euro. Ainsi, pour 100 touristes étrangers reçus en 2000, la France en reçoit aujourd'hui 108, l'Espagne 127 et l'Allemagne 160. Pour 100€ gagnés du tourisme international en 2000, la France en gagne aujourd'hui 117, l'Espagne 134 et l'Allemagne 147.

En valeur, avec 48,6 Md€ de recettes en 2012, il n'est que troisième mondial et va bientôt laisser sa troisième place à la Chine.

Le niveau des dépenses par touriste étranger reste très largement inférieur en France à ce qu'il est chez d'autres pays leaders. Si la France atteignait le niveau de recette unitaire de l'Espagne, c'est un supplément de 24,6 milliards d'euros qu'elle engrangerait, correspondant à environ 150.000 emplois salariés supplémentaires dans le secteur. Si elle atteignait le niveau de recette unitaire des Etats-Unis, ce serait un supplément de revenu de 65,3 milliards d'euros dont elle bénéficierait permettant la création de 400.000 emplois.

La récente dégradation du rang de la France dans le principal index international de compétitivité touristique, quels qu'en soient les fondements, doit être considérée comme un signal d'alerte nécessitant une mobilisation de l'ensemble des acteurs du secteur.

- Quant au **tourisme domestique**, avec une baisse de 0,4%, son évolution en volume a été négative en 2012 pour la troisième fois en quatre ans, soit une évolution parmi les plus faibles en Europe.
- Par ailleurs, **les investissements** ont fortement diminué en 10 ans et aucun grand projet structurant n'a vu le jour depuis Euro Disney il y a 20 ans.

Nos moyens d'actions seront diversifiés.

Pour atteindre ces objectifs, **Alliance 46.2** se donnera les moyens pour :

- Conduire des études économiques, pour mettre en évidence l'impact en termes d'emplois et de croissance soit de projets des pouvoirs publics, soit de propositions de la profession.
- Elaborer, grâce à l'expertise de ses membres ou de spécialistes extérieurs, des propositions concrètes et réalistes en direction des pouvoirs publics.
- Assurer une communication professionnelle sur des thèmes décisifs.

- Organiser ou participer à des évènements médiatiques pour forger et diffuser une image forte du secteur.

Les principaux thèmes seront :

- la fiscalité sous ses multiples formes,
- les règles et les procédures d'urbanisme,
- les règles de sécurité et d'accessibilité,
- la sécurité des touristes,
- les obligations légales (particulièrement en matière de responsabilité),
- l'organisation et le financement de la promotion sur les marchés domestiques et surtout internationaux,
- les procédures de délivrance des visas,
- la place de Paris comme place de marché international du tourisme,
- les règles d'ouverture des commerces le soir et le dimanche,
- les financements des investissements,
- l'innovation en matière de développement des produits,
- l'emploi et la formation,
- la compétitivité touristique des territoires.

Alliance 46.2

Entreprendre en France pour le tourisme

La vision d'Alliance 46.2

POUR UNE STRATEGIE NATIONALE DU TOURISME EN FRANCE

Mettre en commun la vision et la mobilisation des principaux acteurs du tourisme français.

Parce que nos entreprises ont décidé de s'allier pour témoigner de l'importance stratégique des activités générées de l'industrie française du tourisme,

Parce que le développement du tourisme français dépend pour une large part des politiques publiques mises en œuvre tant au niveau national qu'à celui des collectivités territoriales et de l'Union Européenne,

Nous proposons de partager avec les autorités publiques notre capacité de vision stratégique et d'action afin d'intensifier la croissance du tourisme français pour optimiser ses impacts économiques et sociaux.

Nous souhaitons constituer une force de réflexion, de propositions et d'actions pour stimuler la création d'emplois par les activités liées au tourisme et pour que, dans le débat public, les moyens dédiés à la croissance du tourisme soient retenus comme une priorité nationale.

Nous avons l'ambition d'être un partenaire loyal et exigeant, constructif et vigilant. Nous sommes mobilisés pour proposer et apporter notre concours à toute initiative visant à élever le niveau de qualité et d'innovation des produits touristiques français ainsi que leur promotion.

En France, le tourisme constitue une activité équivalente à 7,3% du PIB, dont plus du tiers généré par des visiteurs étrangers; il fait vivre 270.000 entreprises, emploie directement 1,2 millions de salariés et, indirectement, un million d'emplois supplémentaires. Avec un solde positif de 11,3 milliards d'euros en 2012 il constitue **le premier poste de notre balance des paiements**.

En 2012, plus d'un milliard de touristes ont franchi une frontière internationale. Ils étaient 25 millions en 1950 et 471 millions en 1992. Le volume du tourisme international a ainsi été multiplié par 40 en 60 ans et a doublé en 20 ans. **En valeur, il représente directement un marché de 1.100 milliards de dollars et a plus que doublé en dix ans**.

Si l'on ajoute le tourisme interne au tourisme international, c'est autour de l'équivalent de **83% de la population mondiale qu'il faut chiffrer les arrivées de touristes en 2012 et le cap des 100% devrait être franchi dans à peine cinq ans**. A elle seule, l'Europe devrait accueillir 90 millions de touristes internationaux supplémentaire en 2020.

Conserver notre leadership pour la compétitivité et l'attractivité de la France

Dans un secteur marqué par une **compétition internationale exacerbée**, nous savons qu'aucune position n'est jamais définitivement acquise et que son maintien exige des produits renouvelés, des investissements permanents et une **promotion renforcée**.

La multiplication des destinations touristiques dans le monde, la diversification des marchés-source et des flux de touristes, l'explosion des types de produits touristiques, l'internationalisation des acteurs d'une chaîne de valeur toujours plus composite ainsi que les politiques volontaristes développées par un nombre croissant de pays peuvent profondément affecter le tourisme en France.

Depuis au moins 10 ans, le tourisme réceptif français perd des parts de marché non seulement au niveau mondial mais également au niveau européen et même au sein de l'ensemble qu'il forme avec ses principaux voisins au sein de la zone Euro. Ainsi, pour 100 touristes étrangers reçus en 2000, **la France en reçoit aujourd'hui 108**, l'Espagne 127 et l'Allemagne 160. Pour 100€ gagnés du tourisme international en 2000, la France en gagne aujourd'hui 117, l'Espagne 134 et l'Allemagne 147.

De même, le niveau des dépenses par touriste étranger reste très largement inférieur en France à ce qu'il est chez d'autres pays leaders. Il apparaît ainsi que **si la France atteignait le niveau de recette unitaire de l'Espagne, c'est un supplément de 24,6 milliards d'euros qu'elle engrangerait, correspondant à environ 150.000 emplois salariés supplémentaires** dans le secteur. Si elle atteignait le niveau de recette unitaire des Etats-Unis, ce serait un supplément de revenu de 65,3 milliards d'euros dont elle bénéficierait permettant la création de 400.000 emplois.

La récente dégradation du rang de la France dans le principal index international de compétitivité touristique, quels qu'en soient les fondements, doit être considérée comme un signal d'alerte nécessitant une mobilisation de l'ensemble des acteurs du secteur.

Fixer un cap pour la croissance et l'emploi en France

La France doit élaborer une stratégie de développement du tourisme qui fixe **un cadre souple, lisible et partagé dans lequel les opérateurs tant publics que privés** puissent inscrire leur action de façon cohérente et dynamique.

L'extraordinaire potentiel dont bénéficie notre pays peut **contribuer de façon décisive à la croissance et la création d'emplois** s'il parvient à desserrer les freins qui entravent son développement.

Un plan d'action sous-tendu par une stratégie nationale doit être engagé pour lever les entraves légales, réglementaires, financières ou fiscales qui affectent plusieurs segments de la chaîne de valeur du tourisme et placent nos entreprises face à un niveau de contraintes souvent plus élevé que leurs concurrentes étrangères. Cela concerne notamment:

- le transport aérien
- le transport routier de personnes
- l'hôtellerie et les résidences de tourisme
- la restauration
- les parcs de loisir
- le tourisme culturel
- le tourisme de shopping
- le tourisme nautique
- le tourisme de neige et de montagne
- le tourisme de foires et salons
- le tourisme de bien-être
- le tourisme de jeux et divertissements
- la distribution des produits touristiques

Il est possible de trouver des **solutions raisonnables pour impulser les investissements dans notre secteur, principalement en simplifiant des règles d'urbanisme** dont la longueur, la complexité et l'incertitude des procédures ont pour effet de rebuter les investisseurs tant nationaux qu'étrangers.

De même les **procédures de délivrance de visas de tourisme ne sont pas toujours aussi efficaces que celles de nos principaux partenaires de la zone Schengen** ou d'autres pays qui sont confrontés aux mêmes contraintes de maîtrise des flux migratoires.

Par ailleurs, le tourisme français doit rapidement renforcer et diversifier le financement et l'organisation de sa promotion à l'étranger.

Les atouts exceptionnels qui font de la France la première destination touristique du monde doivent être portés par une vision à long terme, un dialogue renforcé entre le secteur public et les opérateurs privés, une volonté politique affirmée, une stratégie claire et des politiques publiques cohérentes.

Alliance 46.2

Entreprendre en France pour le tourisme

Alliance 46.2

s'est mise en ordre de marche

D'ores et déjà, **Alliance 46.2** a mis sur pieds quatre groupes de travail sur les thèmes suivants :

Accueil

Ce groupe, présidé par **M. Robert ZOLADE**, Président du Conseil de surveillance du Groupe Elios, aura à traiter d'une vaste gamme de sujets, tels que les procédures de délivrance de visas, la sécurité des touristes, l'accueil dans les espaces publics, dans les transports et les sites touristiques, la propreté des sites urbains, le sens de l'accueil au quotidien...

Sa première réunion a déjà permis de dégager des pistes de travail concrètes et réalistes.

Promotion

Présidé par **Mme Anne YANNIC**, Présidente de CITYVISION, ce groupe embrasse à la fois les problématiques générales de la promotion de la destination France et de ses territoires touristiques ainsi que le financement et l'organisation de notre promotion à l'extérieur. Sa première réunion a déjà mis sur la table des propositions qui peuvent être rapidement opérationnelles.

Emploi et formation

Présidé par **M. Sven BOINET**, Directeur général délégué du groupe ACCOR, ce groupe s'attachera à dégager des solutions aux multiples freins qui entravent l'emploi et le recrutement de personnels qualifiés dans les diverses industries du tourisme.

Investissement

Co-présidé par **M. Dominique Marcel**, Président-Directeur général de la Compagnie des Alpes et **M. Charles SAIAG**, Responsable du secteur Immobilier, Corporate Finance, BNP PARIBAS, le groupe de travail analysera les différentes raisons qui sont à l'origine de la baisse des investissements depuis plus de quatre ans et proposera des solutions aptes à relancer des investissements touristiques créateurs d'emplois et de richesse.

**Les entreprises-membres
fondatrices**

Accor
Aéroports de Paris
APST
BNP Paribas
Caisse des Dépôts et
Consignations
CityVision
Club Méditerranée
Compagnie des Alpes
Elior

Euro Disney
Galeries Lafayette
GL Events
Groupe Flo
Groupe Lucien Barrière
Kering
Lagardère Services
Pierre & Vacances-Center Parcs
SNCF
Viparis



Accor est le premier opérateur hôtelier mondial et leader en Europe. Il est présent dans 93 pays avec plus de 3 600 hôtels et 460 000 chambres. Accor propose une offre étendue, avec un large portefeuille de marques allant du luxe à l'économique avec Sofitel, Pullman, MGallery, Grand Mercure, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, ibis Styles, ibis budget et hotelF1.

- Accor est leader sur le marché hôtelier français avec un réseau de 1 540 hôtels (plus de 139 000 chambres).
- CA Monde 2013 : 5,536 milliards € dont 1,819 milliard € en France
- Nombre de collaborateurs dans le monde : 160 000 sous enseignes Accor, avec plus de 17 000 collaborateurs en France / 2000 embauches par an en France
- 33 millions de nuitées vendues par an en France, dont près d'un quart à des clients internationaux



Avec plus de 90,3 millions de passagers transportés en 2013, les aéroports de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly sont aujourd'hui la principale porte d'entrée de la France.

Aéroports de Paris veut donc contribuer avec tous ses partenaires, au développement économique et au renforcement de l'attractivité du pays, notamment dans le domaine touristique.

Parce que la France reste aujourd'hui encore la première destination touristique au monde, Aéroport de Paris a engagé un ambitieux programme d'investissement de 2,6 milliards d'euros entre 2011 et 2015. L'objectif étant d'améliorer la compétitivité de nos aéroports et surtout la qualité de service due à nos passagers. Dans ce cadre, l'année 2012 vu à Paris-Charles de Gaulle l'ouverture du nouveau hall M du Terminal 2E et du bâtiment de jonction entre les terminaux A et C, permettant de hisser l'aéroport au plus haut niveau international en matière d'accueil.

A Paris-Orly, c'est un programme de rénovation sur 6 ans qui vient d'être lancé qui permettra à terme de relier le Terminal Sud et le Terminal Ouest à travers un nouveau bâtiment de plus de 80 000 m².

Fort de ses 9000 collaborateurs, Aéroports de Paris s'est également fixé pour objectif de devenir l'un des groupes leader mondial de la construction et de l'exploitation aéroportuaire.

Le chiffre d'affaires du Groupe était de 2,6 milliards d'euros en 2012.

Outre ses trois aéroports parisiens, Aéroports de Paris gère directement ou indirectement à travers ses filiales ADPI et ADPM, 21 aéroports dans le monde.



L'APST : une Institution au service des Professionnels du Tourisme et des Clients Consommateurs.

L'APST, Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme, créée par des Professionnels du Tourisme a été constituée en 1964 conformément à la loi sur les associations du 1er juillet 1901.

En qualité d'organisme de garantie collective, l'APST fournit à ses Membres Adhérents, la garantie prévue par le Code du Tourisme et ses textes d'application. Elle a donc pour mission d'apporter la garantie financière aux opérateurs de voyages dans le but de protéger le client consommateur

Elle compte aujourd'hui plus de 3 150 Membres, parmi ceux-ci, citons : des Agences de Voyages Distributrices, des Tour Opérateurs, des Agences de Voyages Réceptives, des Agences de Voyages Tourisme d'Affaires, des Agences de Voyages de Groupes et d'incentives, des Offices de Tourisme, des Comités Régionaux et Départementaux de Tourisme, des Syndicats d'Initiative, des Croisiéristes, des Hôteliers, des Autocaristes...

Rappelons que depuis le 1er janvier 1997, l'APST a unilatéralement et volontairement déplafonné le montant de ses remboursements. La garantie des Fonds Déposés s'applique à la totalité des fonds, directement remis par le Client Consommateur, qui a contracté un voyage, avec un adhérent de l'APST.

Au global nous garantissons pour 860 Millions d'euros de nominal de garantie.

Et nous sommes le seul garant du tourisme à assurer la garantie en cas de défaillance d'un adhérent en service avec déplafonnement du nominal !



BNP Paribas

Une banque solide et diversifiée qui accompagne ses clients dans le monde

Avec une présence dans 80 pays et près de 200 000 collaborateurs, dont plus de 150 000 en Europe, BNP Paribas est une banque leader de la zone euro et un acteur bancaire de premier plan dans le monde.

S'appuyant sur un bilan très solide, avec une solvabilité élevée et une large réserve de liquidités, le Groupe BNP Paribas participe activement au financement de l'économie réelle et accompagne ses clients partout dans le monde.

Le Groupe détient des positions clés dans ses trois grands domaines d'activité : Retail Banking, Corporate & Investment Banking et Investment Solutions (métiers liés à la gestion, l'administration de l'épargne et du patrimoine des clients).

BNP Paribas est l'un des principaux acteurs de banque de détail en Europe, avec notamment quatre marchés domestiques : la France, l'Italie, la Belgique et le Luxembourg. Dans ses activités Corporate & Investment Banking et Investment Solutions, BNP Paribas bénéficie d'un leadership en Europe, d'une forte présence dans les Amériques, ainsi que d'un dispositif solide et en forte croissance en Asie-Pacifique.

Le cœur du modèle économique de BNP Paribas est la capacité à servir une clientèle diversifiée composée de :

- 22 millions de particuliers, professionnels et entrepreneurs, 12 millions de clients actifs pour les activités de crédit à la consommation et 216 000 entreprises, pour le Retail Banking,
- 10 000 corporates et 5 000 institutions financières, pour le Corporate & Investment Banking,
- 375 000 clients privés et 3 000 institutionnels et entreprises* pour Investment Solutions.

Grâce à sa dimension internationale, la coordination de ses métiers et ses solides expertises, le Groupe apporte une gamme complète de solutions innovantes à leurs besoins :

- les moyens de paiement, la gestion des dépôts, les financements traditionnels ou spécialisés;
- l'épargne de placement, la protection, la gestion institutionnelle et privée, la conservation et les services du métier titre;
- le cash management, les produits de taux et de change ainsi que les services que propose la banque d'investissement comme l'accès aux marchés financiers et les solutions de financements structurés, le conseil et la couverture des risques sur tous types d'actifs.

Enfin, sa présence dans le monde permet à BNP Paribas d'accompagner ses clients dans leurs projets d'expansion à l'international en Europe, Asie-Pacifique, Amérique du Nord et Amérique Latine, Moyen Orient et Afrique.

* Hors distribution et partenariat

Le **Groupe CityVision**, leader de l'activité réceptive à Paris, a pour mission de faire découvrir et visiter les différentes facettes de Paris et de la France aux touristes étrangers. Créé en 1929, le groupe a grandi par acquisitions successives et regroupe aujourd'hui 9 sociétés différentes, autour de 3 pôles d'activités :



Les excursions pour découvrir, avec ou sans guides, les plus grands sites français (plus de 200 excursions vers 20 destinations, commentées dans 17 langues différentes).



Les «Hop-on, Hop-off» : pour se promener en toute liberté dans les grandes villes de France (Paris, Lyon, Nice, Marseille) ; une extension à New York est prévue au printemps prochain.



Les bateaux restaurants sur la Seine.

Le Groupe CityVision réalise un Volume d'Affaires de 100 M€ et emploie en moyenne 600 personnes (1000 en haute saison), dont 200 guides. Il accueille 1,5 million de touristes par an, provenant à 95% de l'international (plus de 40 pays).

Le Groupe est détenu par LBO France (82%) et RATP Dev (10%).



Inventeur du concept de club de vacances, le Club Méditerranée est le leader mondial des vacances Tout Compris, haut de gamme, conviviales et multiculturelles.

Arrivé en 2012 au terme de la première phase de son projet de montée en gamme engagé en 2004, le Club Med exploite aujourd'hui un parc de 66 Villages constitué à 71% de Villages premium 4T et luxe 5T.

L'offre est également constituée des croisières sur le voilier 5 Mats Club Med 2 et des Circuits Découverte by Club Med. L'ensemble de ces prestations se décline pour les professionnels avec une offre adaptée grâce au Club Med Business.

Toujours plus innovante l'entreprise propose par ailleurs à ses clients d'acquérir en pleine propriété des Villas ou des Chalets Luxe à proximité des Villages.

Présent dans une quarantaine de pays répartis sur les cinq continents le groupe emploie 12 865 GO de 114 nationalités différentes.

Chiffres 2013 :

Chiffre d'affaires Groupe : 1 408 M€

Nombres de clients total : 1 231 000 clients

Nb de clients Français en France : 187 500

Nb de clients Français à l'étranger : 278 100

Nb de clients étrangers en France : 95 000



Depuis sa création en 1989, la Compagnie des Alpes s'est imposée comme un leader incontesté de l'industrie des loisirs. A la tête de 11 domaines skiables, parmi les plus prisés du monde, et de 15 parcs de loisirs renommés, l'entreprise connaît un essor continu.

Son expansion, portée jusqu'ici par une croissance externe sélective, doit beaucoup à l'excellence de son modèle industriel et opérationnel qu'elle exporte depuis peu hors de ses frontières européennes. Le Groupe tire sa vitalité des entreprises et des marques qui l'incarnent, mais aussi des multiples métiers et savoir-faire mobilisés sur ses sites : plus de 5000 collaborateurs, permanents comme saisonniers, œuvrent pour façonner une certaine vision des loisirs. Car, à l'opposé d'un concept standardisé, la CDA construit avec ses partenaires des projets uniques, profondément enracinés dans les cultures locales, respectueux des environnements d'exception où elle s'implante. Cet ancrage territorial constitue un atout majeur de son développement, la pièce maîtresse sur laquelle s'épanouit une offre de loisirs pour tous. Un socle solide, porteur d'identité et d'avenir.

La Compagnie des Alpes en quelques chiffres (exercice 2012/2013)

- Chiffre d'affaires : 678 M€
- Plus de 22 millions de visiteurs en France, Pays-Bas, Belgique, Allemagne, Canada
- Domaines skiables (58% du chiffre d'affaire consolidé du Groupe), 394 M€
- 11 domaines skiables - N°1 mondial de l'exploitation des domaines skiables
- 14 millions de journées skieurs, 7% du volume européen et plus de 6% des journées skieurs réalisés en Europe – La clientèle étrangère représente 43% de la fréquentation du Groupe.
- Activité Parcs de loisirs (42% du chiffre d'affaire consolidé du Groupe), 281 M€
- 15 parcs de loisirs (14 en Europe, 1 au Canada)
- 8.5 millions de visiteurs
- N° 4 de la gestion de parcs de loisirs. Plus de 40% de la fréquentation est réalisée en dehors de France : n° 2 en Belgique et aux Pays Bas.

Le développement à l'international : nouvelle forme de développement pour le Groupe

Un développement qui vise à proposer l'expertise et le talent des hommes et des femmes de la Compagnie des Alpes :

- Duplication du musée Grévin (Montréal 2013, autre projet bien avancé : Prague 2014)
- Assistance à maîtrise d'ouvrage : Rosa Khutor (JO Sochi 2014), Sindibad

Présent dans les aéroports, gares, aires d'autoroutes, musées, sites de prestiges et parcs d'exposition ou de loisirs, Elior propose aux voyageurs et visiteurs de ces lieux une offre complète de restauration, boutiques et services pour leur faciliter la vie.

Elior - activité Concessions & Travel retail en quelques chiffres clés (Europe + continent américain) - Exercice 2012-2013

- Chiffres d'affaire : 1,415 Mds €
- 21 250 collaborateurs
- 620 000 clients par jour
- 2400 points de vente dans le monde
- Implantations en Europe (France, Allemagne, Belgique, Espagne, Portugal, Italie) ainsi qu'aux Etats-Unis et en Amérique Latine
- **quelques exemples en France de lieux dans lesquels Elior offre des services de restauration ou de boutique :** Aéroports de Paris, Aéroport de Nice, Gare Montparnasse, Paris Gare de Lyon, Gare de Lyon Part-Dieu, gare de Marseille, Musée du Louvre, Musée d'Orsay, Château de Versailles, Restaurant Les Ombres (Musée du Quai Branly), Le Ciel de Paris, Parcs des expositions de Paris Villepinte et Paris Porte de Versailles, Center Parcs, nombreuses aires d'autoroute sur réseaux Vinci, APRR...

EURO DISNEY S.C.A.

Le groupe exploite le site de Disneyland® Paris qui comprend le Parc Disneyland®, le Parc Walt Disney Studios®, sept hôtels à thèmes d'une capacité totale d'environ 5 800 chambres (sans tenir compte d'environ 2 300 chambres des hôtels exploités par des partenaires tiers localisés sur le site), deux centres de congrès, le centre de divertissements Disney® Village et un parcours de golf de 27 trous. L'activité du groupe comprend également le développement d'un site de 2 230 hectares, dont la moitié reste à développer. Les actions d'Euro Disney S.C.A. sont inscrites et cotées sur NYSE Euronext Paris.

- Chiffre d'affaires consolidé 2013 : 1 309,4 M€
- Nombre de collaborateurs : plus de 15 000 salariés

La destination

Avec plus de 275 millions de visites depuis son ouverture en 1992, Disneyland Paris est la première destination touristique d'Europe.

Répartition de la fréquentation par pays (2013) :

France	51 %
Royaume-Uni	14 %
Espagne	8 %
Pays-Bas	6 %
Belgique et Luxembourg	6 %
Italie	3 %
Allemagne	3 %
International*	9 %

Fruit d'un partenariat public-privé, Disneyland Paris est devenu un poids lourd de l'économie française en 20 ans (50 milliard d'euros de valeur ajoutée à l'économie française, 55 000 emplois créés, 6.2% des recettes touristiques en France).



Groupe intégré des métiers de l'événement, GL events se développe sur les trois grands marchés de l'événementiel :

- congrès & conventions,
- événements et manifestations, qu'ils soient culturels, sportifs ou politiques,
- salons/expositions à destination des professionnels ou du grand public.

Intervenant pour le compte de nombreux clients institutionnels et privés en France et dans le monde, GL events a pour vocation d'accompagner les entreprises, institutions, organisateurs de manifestations, collectivités, sur l'ensemble de leurs projets, de la définition des stratégies ou concepts jusqu'à la mise en œuvre des opérations sur le terrain.

Le groupe est présent sur les cinq continents et dans plus de 19 pays. Coté Eurolist Euronext Compartiment B Paris, il compte 3 896 collaborateurs et a réalisé un CA de 809,1 millions d'euros en 2013.

L'organisation de GL events est structurée en trois grands pôles :

- **GL events Live** regroupe l'ensemble des métiers de l'événementiel corporate, institutionnel, et sportif. Depuis le conseil et la conception jusqu'à la réalisation, les équipes de GL events Live apportent des solutions clés en main aux grands donneurs d'ordre mondiaux.
- **GL events Exhibitions** pilote et anime 300 salons propriétaires, son portefeuille couvrant de nombreux secteurs : agro-alimentaire, livres, textile...
- **GL events Venues** gère le réseau de 37 sites événementiels (centres de congrès, parcs d'expositions, salles de spectacles et halles multifonctionnelles) implantés dans de grandes villes en France et à l'international

Avec 3900 collaborateurs, le groupe réalise un chiffre d'affaires de 809,1M€, accueille plus de 400 évènements et plus de 11 millions de visiteurs et exposants.

Groupe de restauration commerciale multi enseigne : 320 restaurants (France & International)

- Restauration à thème (Hippopotamus, Bistro romain, Tablapizza, Taverne maître kanter)
- Grandes Brasseries Parisiennes (La Coupole, Bofinger, le Bœuf sur le Toit, Le Vaudeville, ...)
- Concessions
- 30 restaurants à l'International

Ventes sous enseignes (CA en propre + CA franchise) :

- 2012 : 550 M€
- 2013 : 525 M€

Nombre de collaborateurs :

- 2012 : 7000 collaborateurs
- 2013 : 6350 collaborateurs

Nombre de clients :

- 2012 : 18 500 000 clients servis en France (3 500 000 clients étrangers : France et international)
- 2013 : 17 300 000 clients servis en France (3 700 000 clients étrangers : France et international)



Un des leaders internationaux du commerce aux voyageurs et de la distribution de proximité, Lagardère Services, Groupe de plus de 10 000 personnes, a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires géré de près de 5 milliards d'euros.

LS travel retail, sa division dédiée au commerce pour les voyageurs, exploite 2 700 magasins au sein de plus de 140 aéroports et de 700 gares. Son large portefeuille d'enseignes couvre tous les segments du commerce pour les voyageurs: duty free et luxe, essentiels du voyage (Relay) et restauration.

Le luxe à la française, la mode française, la gastronomie et les vins et alcools français sont au cœur de l'offre des points de vente de Lagardère Services, essentiellement situés dans les gares et les aéroports. Ils constituent ainsi pour les touristes leur première impression et leur dernier souvenir de la culture et des spécificités de la France.

Grâce à des concepts comme Air de Paris, Découvrir ou encore les Boutiques Officielles de la Tour Eiffel, LS travel retail offre aux touristes des produits locaux et des souvenirs uniques liés aux sites dans lesquels ces boutiques sont implantées.

- Lucien Barrière Hôtels et Casinos est une marque sous laquelle sont commercialisés les hôtels et casinos de deux groupes distincts, Groupe Lucien Barrière (GLB) et Société Fermière du Casino Municipal de Cannes (SFCMC). Fondé en 1912 par François André et développé successivement par Lucien Barrière, Diane Barrière-Desseigne et Dominique Desseigne, le Groupe a traversé les époques pour devenir le leader français des casinos et une référence dans l'hôtellerie de luxe. Lucien Barrière Hôtels et Casinos a développé des offres sans équivalent dans le domaine des loisirs haut de gamme, fondées sur le souci de l'excellence opérationnelle, de la qualité de service, et de l'art de vivre à la française.
- Il compte aujourd'hui 39 Casinos Barrière, 15 Hôtels Barrière et deux hôtels partenaires (Mercure Niederbronn et Pullman Aquitania à Bordeaux) - dont la majorité sont des 5 étoiles, plus de 130 restaurants et bars, dont le célèbre Fouquet's à Paris (décliné à Marrakech, Cannes et Toulouse) et propose plus de 3 000 spectacles et animations par an.
- Le Groupe bénéficie également d'une forte notoriété dans les métiers de la restauration avec plus de 3 millions de repas servis, dans les loisirs avec 7 Spas (Cannes, Enghien-les-Bains, Lille, Paris, Dinard, Ribeaupillé, Marrakech), 1 thalasso, 1 balnéo, 3 golfs et 1 Tennis Club (soit 24 courts de terre battue), et se distingue à travers des Resorts implantés dans des stations touristiques de renommée internationale.
 - CA 2012 : 1.229 milliard d'euros
 - Nombre de collaborateurs : 7167
 - Notre clientèle :
 - + de 700.000 clients dans nos hôtels et + de 2 millions dans nos casinos sur l'exercice 2012
 - 46 % de nos clients résident en France et 56% à l'international (dont 12% en provenance de la Péninsule Arabique et 8% de la Fédération de Russie)

Le Groupe développe un modèle économique basé sur la synergie entre ses deux métiers :

- **l'immobilier** : de la recherche du foncier, à la conception de projets, leur montage financier et la commercialisation immobilière, à leur construction.
- **le tourisme** : présent dans 6 pays d'Europe, le Groupe propose des séjours de vacances, en villages clubs ou résidences, mais aussi des *city breaks* ou *extended stays* avec services hôteliers.

Aujourd'hui, le Groupe gère 5 marques touristiques : Pierre & Vacances (et ses labels premium et villages clubs), Maeva, Center Parcs, Sunparks, Aparthotels Adagio et sa gamme Access (en joint-venture avec Accor).

Les chiffres clés 2012/2013

- Chiffre d'affaires : 1 306 millions d'euros.
- 300 résidences et villages en Europe
- 50 000 appartements et maisons
- 7,5 millions de clients européens
- 7 000 salariés Equivalent Temps Plein



Dirigée par Rachel Picard depuis juin 2012, Gares & Connexions a vu le jour le 7 avril 2009. Il s'agit de l'activité SNCF en charge de la gestion et de la valorisation des 3 000 gares françaises.

Ses missions se concentrent sur trois priorités :

- Promouvoir la qualité au service des voyageurs, des transporteurs et de la ville en facilitant l'accès à la gare, à l'information à distance et en gare, en accentuant la fluidité des cheminements, la lisibilité des espaces et le confort.
- L'accueil de tous les opérateurs et modes de transport et la garantie d'un accès équitable et transparent pour chacun d'eux et leurs clients, à l'ensemble des installations et services en gare.
- Réaliser les investissements nécessaires au développement des trafics, sans peser sur les transporteurs. Une mission qui passe par l'aménagement du territoire des gares pour améliorer le quotidien des voyageurs et accompagner les mutations urbaines.

Gares & Connexions et ses partenaires prennent part activement à la valorisation du patrimoine des gares et au développement de leurs périmètres urbains et péri-urbains. La gare est un espace de multimodalité en plein essor où se concentre une multitude de services à destination des voyageurs comme des riverains. Un lieu de vie à part entière qui répond aux attentes des clients et enrichit leur temps d'attente.

À l'affût des tendances, des envies et des besoins, Gares & Connexions déploie des espaces de services, de vente, de restauration et d'information et crée aussi l'événement lorsque la culture entre en gare. Expositions, spectacles, installations sonores, la gare se fait l'écho de sa ville, de sa région et revendique les richesses de son territoire.

Avec ses 3000 collaborateurs, Gares et connexions accueille 2 milliards de passagers par an dans 3029 gares de voyageurs



Leader européen et mondial dans le secteur, Viparis fédère aujourd'hui les 10 principaux sites d'accueil de la capitale française pour les salons, les congrès, les événements d'entreprises et les spectacles : Cnit Paris La Défense, Espace Champerret, Espace Grande Arche, Le Palais des Congrès de Paris, Carrousel du Louvre, Palais des Congrès de Versailles, Paris Le Bourget, Paris Nord Villepinte, Paris expo Porte de Versailles, Le Palais des Congrès d'Issy. Soit plus de 627 000 m² d'espaces intérieurs et 484 000 m² d'espaces extérieurs pour l'accueil de tous les événements.

Viparis est une filiale d'Unibail-Rodamco (foncière immobilière membre du CAC 40) et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

- **CA 2012** : 314 millions d'euros
- **Nombre de collaborateurs au 31 décembre 2013** : 379 personnes
- **Nos chiffres clés**
Viparis accueille en moyenne chaque année :
 - 330 salons professionnels et grands public, dont 12% ayant une audience internationale
 - 125 congrès nationaux et internationaux, dont 33% accueillent plus de 20% de congressistes internationaux
 - 500 événements d'entreprises dont 10% ayant une audience internationale,
 - Viparis accueille également 50 spectacles pour un total de 120 représentations.

Pour un total de 9,2 millions de visiteurs.

- **Notre démarche pour l'accueil des exposants, visiteurs et congressistes étrangers**
Engagé dans une démarche de développement durable depuis la création du groupe en septembre 2008, Viparis est à l'initiative du Pack Accueil proposé depuis 2009 aux grands événements internationaux accueillis sur ses lieux : un dispositif complet d'accueil, d'information, d'orientation et de transport des visiteurs, exposants et congressistes, depuis les gares et les aéroports de Paris, jusqu'au lieu de la manifestation. Le Pack Accueil est déployé en partenariat avec le Comité Régional de Tourisme Paris Île-de-France et le Comité des Expositions de Paris.

Alliance 46.2

Entreprendre en France pour le tourisme

La gouvernance

La gouvernance d'**Alliance 46.2** repose sur :

- Une Assemblée générale de l'ensemble des membres qui se réunira une fois par an.
- Un Président :
 - M. Gérard BREMOND, Président du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs
- Trois vice-présidents :
 - M. Sven BOINET, Directeur général délégué du groupe ACCOR
 - M. Philippe HOUZE, Président du Groupe Galeries Lafayette
 - M. Dominique MARCEL, Président-Directeur général de la Compagnie des Alpes

La direction générale d'**Alliance 46.2** a été confiée à M. Frédéric PIERRET.