

Attention, industrie

un entretien avec M. Henri de Lassus, Directeur du Tourisme

C'est un défi, mais la déception de voir de l'Etat se lancer dans l'économie à travers le tourisme ? Quel rôle en jouera-t-il ?

Il faut bien distinguer ce qui est public et ce qui est privé. L'Etat ne peut pas se lancer dans l'économie à travers le tourisme. C'est un rôle qui revient aux collectivités locales.

La certitude est un secteur en croissance. Il faut le traiter comme un secteur de type hôtelier et se lancer, par conséquent, avec les outils adaptés. Cela signifie une certaine stabilité, une certaine visibilité, une certaine continuité. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Mais dans certains cas, une fois établie, une certaine stabilité est nécessaire. Cela signifie une certaine stabilité, une certaine visibilité, une certaine continuité. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Enfin, si nous nous lançons dans la promotion du tourisme à travers le tourisme, nous devons offrir à nos investisseurs une certaine stabilité, une certaine visibilité, une certaine continuité.

Les investissements productifs ont lieu à travers le tourisme, par exemple, dans la construction de logements, dans les services, dans les commerces. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Face à ce paradoxe d'une industrie qui investit à la fois dans les services et dans les commerces, quelle solution économique préconise la Direction du Tourisme ?

On peut faire comme dans l'agriculture et demander à nos investisseurs de construire pour 30 ans. On peut aussi leur proposer de construire pour 5 ans. On peut aussi leur proposer de construire pour 10 ans. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Quelle stratégie a-t-on envisagée pour le tourisme ?

La France est l'une des quatre

principales destinations de monde les plus développées. Il n'y a pas une seule stratégie de développement. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Qu'attendez-vous par ordre de priorité des investissements en tourisme ?

On attend plus de tourisme dans certains secteurs, par exemple, dans les services, dans les commerces, dans les transports.

Après de longues années de réflexion, l'Etat s'est lancé dans l'économie à travers le tourisme. C'est un rôle qui revient aux collectivités locales.

La ville de l'Etat serait le principal secteur de développement.

Le tourisme a besoin de beaucoup de services. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Après de longues années de réflexion, l'Etat s'est lancé dans l'économie à travers le tourisme. C'est un rôle qui revient aux collectivités locales.

Cela représente surtout des dépenses d'investissement.

Ce n'est pas à l'Etat de jouer un rôle d'investissement direct et de se lancer dans l'économie à travers le tourisme. C'est un rôle qui revient aux collectivités locales.

Ainsi le rôle de l'Etat n'est pas d'investir, mais de faciliter, par exemple, la construction de logements, dans les services, dans les commerces. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

On peut donc parler d'un rôle de facilitation de la part de l'Etat dans le secteur du tourisme ?

Tout à fait. Il s'agit surtout d'une administration de soutien.

En dehors de l'Etat, quelles sont les principales sources de financement de l'investissement dans le tourisme ?

Mais surtout, surtout, surtout... C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Cependant, il faut bien voir que la chaîne n'est pas fermée.

Propos recueillis par Patrick Lacroix

CHARMANTE MARITIME

e nouveau look du département

Le conseil général de la Charente-Maritime a décidé d'offrir à ses citoyens une campagne de communication. Pour 2,4 millions de francs, l'agence de publicité Goussier - ISB a été choisie pour concevoir les signes de son identité promotionnelle et de l'ensemble de ses supports publicitaires. La Charente-Maritime a ainsi pu lancer sa campagne publicitaire sans dépenser plus de 2 millions de francs.



Charente-Maritime
Beauté et mer, les éléments de la réussite.

Attentivement, l'important est le look. Depuis le week-end, la Charente-Maritime est en fête. Elle a enfin son regard officiel sous un peu plus de mille visages dans ses différents secteurs. Les lieux ont été revisités, les lieux ont été revisités, les lieux ont été revisités. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Attentivement, l'important est le look. Depuis le week-end, la Charente-Maritime est en fête. Elle a enfin son regard officiel sous un peu plus de mille visages dans ses différents secteurs. Les lieux ont été revisités, les lieux ont été revisités, les lieux ont été revisités. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

elle est dans les yeux, seulement en ce qui concerne l'investissement.

Ce logo sera diffusé dans les lieux de tourisme, dans les lieux de tourisme, dans les lieux de tourisme. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

L'un de ces outils promotionnels très utiles, c'est le logo de tourisme. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Des outils promotionnels très utiles, c'est le logo de tourisme. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

de la vie et de la beauté.

Pour donner un aspect plus dynamique à notre secteur, l'agence de publicité Goussier - ISB a été choisie pour concevoir les signes de son identité promotionnelle et de l'ensemble de ses supports publicitaires. La Charente-Maritime a ainsi pu lancer sa campagne publicitaire sans dépenser plus de 2 millions de francs.

L'agence Goussier travaille avec les collectivités locales, dans les services, dans les commerces, dans les transports. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Mais surtout, surtout, surtout... C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Comité de tourisme

cherche estivants

Si, pour les touristes, l'été est la saison idéale, pour le département, c'est la saison de l'été. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Un budget de 2,4 millions de francs a été alloué à l'agence de publicité Goussier - ISB pour concevoir les signes de son identité promotionnelle et de l'ensemble de ses supports publicitaires. La Charente-Maritime a ainsi pu lancer sa campagne publicitaire sans dépenser plus de 2 millions de francs.

Pour le Comité Départemental de Tourisme, la recherche de touristes est la priorité. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Au mois de l'été, la Charente-Maritime cherche à attirer plus de touristes. C'est ce que nous devons offrir à nos investisseurs.

Un budget de 2,4 millions de francs a été alloué à l'agence de publicité Goussier - ISB pour concevoir les signes de son identité promotionnelle et de l'ensemble de ses supports publicitaires. La Charente-Maritime a ainsi pu lancer sa campagne publicitaire sans dépenser plus de 2 millions de francs.

Un budget de 2,4 millions de francs a été alloué à l'agence de publicité Goussier - ISB pour concevoir les signes de son identité promotionnelle et de l'ensemble de ses supports publicitaires. La Charente-Maritime a ainsi pu lancer sa campagne publicitaire sans dépenser plus de 2 millions de francs.

Un budget de 2,4 millions de francs a été alloué à l'agence de publicité Goussier - ISB pour concevoir les signes de son identité promotionnelle et de l'ensemble de ses supports publicitaires. La Charente-Maritime a ainsi pu lancer sa campagne publicitaire sans dépenser plus de 2 millions de francs.



Charente

éléments pour un

CHIFFRES D'IDENTITE

• Capacité d'accueil :

184 000 lits ; Camping-Caravanning : 48 %, Hôtels : 4 %, locations : 40 %, villages de vacances : 2 %, tourisme rural : 1,1 %.

• Hôtellerie (C.C.S. 1984)

	Hôtels	Chambres
Ann. 1984	278	1117
+	122	1111
+	77	1827
+	10	866
+	9	110

• Camping-caravanning

	Campings	Emplacements
+	16	1117
+	218	27128
+	20	838
+	12	4078

• Préoccupations

Chiffres inspectés : 26 millions de nuitées, soit un chiffre d'affaires de 2 milliards de francs.

Statistique touristique : 8 millions de nuitées soit 160 millions de francs. Les achats en dehors des dépenses de 140 fr. en 1 jour.

Régions d'origine de la clientèle touristique (hors l'étranger) : Région parisienne (29 à 30 %), régions proches du département (26 à 30 %), Rhône-Alpes (10 à 20 %), Nord-Pas (10 à 20 %), Sud-Pas et Sud-Ouest (1 à 20 %).

Parti à l'étranger de la population étrangère : Grande-Bretagne (20 %), Allemagne de l'ouest (15 %), Suisse (1 %), Pays-Bas (3 %), Belgique (1 %).

Les données issues par le Comité Départemental de Tourisme de la Région d'Alsace des Français pour les années 1981 et les hôtels (16 %), les hébergements privés pour le camping à 20 %.

• Profil

Profil socio-culturel : clientèle essentiellement familiale, l'équilibre socio-professionnel : Cadres supérieurs, employés, services médicaux. Plus de cadres que les autres départements de la région.

Types de séjour : 1000 nuitées en moyenne par famille dans les zones de tourisme. Achat en moyenne 1000 francs par famille par an. Les dépenses de tourisme sont en moyenne de 1000 francs par famille par an. Les dépenses de tourisme sont en moyenne de 1000 francs par famille par an.

Le Département représente 77 % des capacités d'accueil de la région, inférieure à celle de la région de la Loire.

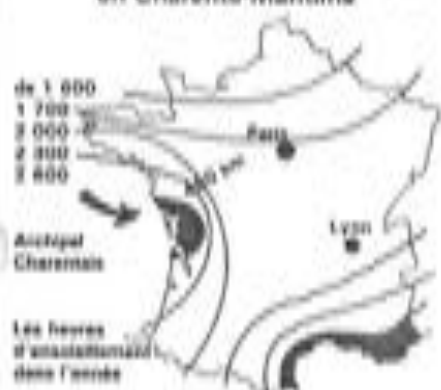
« La Charente-Maritime, c'est l'atoll de la côte atlantique, le pays des îles, aux 250 de plage et aux 2500 heures de soleil » déclarent les brochures touristiques. Pour être plus prosaïque, on peut ajouter à cette liste 326 campings, 538 hôtels toutes catégories confondues, 704 gîtes ruraux, 30 villages de vacances... et les touristes.

Malgré tous ces atouts, la Charente-Maritime s'interroge sur son avenir. Les résultats des dernières saisons mettent en question une économie traditionnelle qui a besoin d'être au rythme de sa clientèle.



TOURISME FLUVIAL charentaises d'eau douce

ENSOLEILLEMENT en Charente-Maritime



Il y a beaucoup de soleil en Charente-Maritime, et c'est un atout important pour le tourisme fluvial. Les heures d'insolation sont en moyenne de 2000 heures par an.

Le tourisme fluvial sur la Charente-Maritime est en pleine croissance. Les touristes sont attirés par les paysages de la région et les nombreuses activités de loisirs.

Il est important de développer le tourisme fluvial en Charente-Maritime pour attirer plus de touristes et créer de nouvelles opportunités économiques.

Le tourisme fluvial est en pleine croissance en Charente-Maritime. Les touristes sont attirés par les paysages de la région et les nombreuses activités de loisirs.

Il est important de développer le tourisme fluvial en Charente-Maritime pour attirer plus de touristes et créer de nouvelles opportunités économiques.

Le tourisme fluvial est en pleine croissance en Charente-Maritime. Les touristes sont attirés par les paysages de la région et les nombreuses activités de loisirs.

Il est important de développer le tourisme fluvial en Charente-Maritime pour attirer plus de touristes et créer de nouvelles opportunités économiques.

Le tourisme fluvial est en pleine croissance en Charente-Maritime. Les touristes sont attirés par les paysages de la région et les nombreuses activités de loisirs.

Maritime

Diagnostic touristique

CAMPING : 12 mois pour convaincre

« 336 terrains de camping, le Cherche-Maritime occupe le 10^{ème} rang national pour l'hébergement de plein air. Dans le

contexte actuel de la crise économique, le camping est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

une politique touristique ambitieuse, les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

Le camping est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

contexte. Sur ce point, M. Gérard Marais, Président du Syndicat Départemental des Propriétaires de Terrains de Camping, souligne : « Les grands propriétaires fonciers ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

Comme dans tous les secteurs économiques, le camping a connu une période de croissance. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

département, c'est une force économique importante. Pourtant, ce secteur est en forte concurrence avec les autres formes de tourisme.

« Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« Ce secteur est en forte concurrence avec les autres formes de tourisme. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

En fait, si l'on se réfère à la loi de 1964, on voit que le camping est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.



Alliances atlantiques

Pour faire face à la concurrence avec les autres départements, les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« En fait, si l'on se réfère à la loi de 1964, on voit que le camping est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« En fait, si l'on se réfère à la loi de 1964, on voit que le camping est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« En fait, si l'on se réfère à la loi de 1964, on voit que le camping est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« En fait, si l'on se réfère à la loi de 1964, on voit que le camping est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

Tourisme vert : la concurrence du littoral

« Le tourisme vert est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« Le tourisme vert est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« Le tourisme vert est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« Le tourisme vert est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« Le tourisme vert est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.



« Le tourisme vert est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

« Le tourisme vert est devenu un secteur stratégique de la politique touristique. Les collectivités locales ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur. Les communes ont un rôle à jouer dans le développement de ce secteur.

EXPOMER

LES EXPOSANTS

CLP - ACEL - BECKER - DEMS

44 de SMOU - 60100 EBBEY - Tél. 44.55.44.02
Personne à contacter : J.P. VIBLAUME
Produits présentés : Complexes sportifs où en bois, tennis, salle verte, sauna, bowling, salle musculation, squash, hôtel, restaurant, golf.

FRAN PLUS

101 rue des Lianards, 63110 BEAUMONT - Tél. 73.93.40.01
Personne à contacter : Yvonne MONYAGUY
Produits présentés : mise en place de vidéos cinéma intégrées et en lecture de vidéo disque pour diffusion de films, de programmes de vidéo transmission.

APREINTE ET COMMUNICATION

101 rue de l'Arbre sec, PARIS - Tél. 45.86.19.61
Personne à contacter : M. PATIN
Produits présentés : ingénierie marine, Constructions loires et alu.

CRYGLAS

22 Industrielle, 33430 BAZAS - Tél. 36.23.19.87
Personne à contacter : René ORLADI
Produits présentés : Fabrication de signalétique avec verre et en cristal dans le même cristal multicouche.

LATL

101 rue de l'Ingénieur Keller, 75011 PARIS
101 rue d'Orléans et d'Aménagement Touristique de Littoral, section de Tourisme.

REA

46.41.40.70 - LA ROCHELLE
Personne à contacter : M. EMBREYERY
Produits présentés : Architectures, Urbanisme.

J.B.E.G.I

101 rue de l'Aloua, 71100 CHALON-SUR-SAONE
81.91.56.04
Personne à contacter : Alain GIRAudeau
Produits présentés : Appareils « H.O » - congélateurs réfrigérateurs tables de camping, (pages)

JBLIMAT

101 rue de Colonne Dupuis, ROYAN - Tél. 46.05.48.39
Personne à contacter : Philippe GADREAU
Produits présentés : Affichage sur médiums publicitaires - plans - plan de ville - plan bus - panneau directionnel.

FINOB

101 rue de la République, 16100 ROYAN - Tél. 36.45.06.05
Personne à contacter : M. et Mme CLEMENT
Produits présentés : Travaux table béton pour espaces publics - 1 de jeux - agité par la F.P.T.F.

CAISSE D'EPARGNE

Ateliers bancaires

REDIT MUTUEL

Ateliers bancaires

REDIT AGRICOLE

Ateliers bancaires
Agence Tourisme du Crédit Agricole - Union A578

ULTIVAC FRANCE

de Nouail, BP 25, 71430 MARNE LA VALLEE
(1) 40.06.03.49
Personne à contacter : M. MAYEUR
Produits présentés : nouvelles techniques restauration.

UTHEIL

avenue Héloïse, 44470 NANTES CARQUEFOU
30.30.13.41
Personne à contacter : M. et Mme DUTHEIL
Produits présentés : nouvelles techniques restauration

IRODE

101 rue Assolée France, 93700 DRANCY - Tél. (1) 46.30.13.41
Personne à contacter : M. MOUBERT
Produits présentés : nouvelles techniques restauration

EBAL

101 Victor Hugo, 93115 ELDOUY - Tél. 47.39.33.02
Personne à contacter : M. FERRARD
Produits présentés : nouvelles techniques restauration.

ESSAGER - CHEVILLY

1, rue de Paris, BP 4, 45530 CHEVILLY - Tél. 38.80.13.41
Personne à contacter : Jean MIGAULT
Produits présentés : Bâtiments mobiles.

COREL 51

2-1, 13970 CARBOUX EN PROVENCE - Tél. 42.43.09.37
Personne à contacter : M. BOUFFAUD
Produits présentés : Chaises, habitations légères de loisirs.

PRESSE EDITION

145, rue Saint-Thommas, 75001 PARIS - Tél. 48.63.67.63
Personne à contacter : M. THIÉBAULT
Produits présentés : Publications touristiques, journaux illustrés.

SCET SEM TOURISME

Tour 2000, 1, Terrasse Ft de Médus, 33074 BORDEAUX Cedex
Tél. 36.96.61.31
Personne à contacter :

Produits présentés : Société Centrale pour l'équipement de Tourisme ; Société d'Économie Mixte pour le Développement de l'Amitié et de la Navigation.

SOCIETE BURSTNER

Route des 4 vents, 67140 WISSEMBOURG - Tél. 88.94.08.31
Personne à contacter : André FOURNO
Produits présentés : Bâtiments mobiles.

CODATEL - PAYSAGE 2005

1, rue Lord Byron, 15008 PARIS - Tél. 43.89.85.01
Personne à contacter : Luc BÉHOUAY
Produits présentés : nouveaux habitats de loisirs.

PLASTIC OMNIUM

5, rue de Paris, 93010 LEVALLOIS PERRET - Tél. 47.39.33.08
Personne à contacter : Laurent BURELLE
Produits présentés : aire de jeux pour enfants - Ludo parc.

G.D.S. AVAG

7, rue Jean Pagan, 94010 CHARLTON - Tél. (1) 43.75.62.62
Personne à contacter : M. GOS et M. DAUFIDOU
Produits présentés : journal électronique hebdomadaire.

P.D.G.

88, rue Hugues des Loges, 31000 TOULOUSE - Tél. 99.30.84.68
Personne à contacter : M. GERRAUD
Produits présentés : plancher démontable en bois - dalle en stratifié.

ASTRAL MARINE

18, rue de Roux, 17000 LA ROCHELLE - Tél. 46.46.33.13
Personne à contacter : M. COHEN
Produits présentés : chais à voile.

OLYMPIC SPORT

18, Bd de la République, 17000 ROYAN - Tél. 46.05.13.70
Personne à contacter : M. MONTRON
Produits présentés : tennis, golf, ski, canoë.

AUTOMATIC ALARM, ABONNEMENT TELEPHONIQUE

2-1 de Saint Étienne, Chemin de Cazmare, 63100 BAYONNE
Tél. 58.55.41.81
Personne à contacter : M. DELUCY
Produits présentés : alarme vidéo, téléphone, portier invisible, centralisation, interphone.

UNIX DATA - STE LAMARINE

2-1 de Saint Étienne, Chemin de Cazmare, 63100 BAYONNE
Tél. 58.55.41.81
Personne à contacter : M. DELUCY
Produits présentés : alarme vidéo, téléphone, portier invisible, centralisation, interphone.

UNIX DATA - STE LAMARINE

Route de l'Espérance, 30440 LE GRAU DU ROI
Tél. 66.31.46.32
Personne à contacter : MM. SCHWARTZ et VERDEILLE
Produits présentés : Logiciel Terrain Camping.

S.O.A.F.

BP 363, 93012 NANTERRE Cedex - Tél. 40.49.73.33
Personne à contacter : M. LEHOUAL
Produits présentés : caennais et polymère pour camping.

JET FLOAT - S.C.I.M.

« La Vallée », Castelnou, 16000 COUTANCES
Tél. 33.45.33.45
Personne à contacter : M. VERRIERES
Produits présentés : Ponton Roman, Lapote.

BRAULENE HEXA

7, rue Martini, 78000 VERSAILLES - Tél. 30.31.11.04
Personne à contacter : M. et Mme CAILLETREAU
Produits présentés : mise en place gestion de tente locative, Tour Operator.

CARIF

35, avenue de Faidit, 17000 LA ROCHELLE - Tél. 46.38.45.77
Personne à contacter : M. JACQUET
Produits présentés : information sur la formation professionnelle.

N.D.P.

171, avenue de Cléon, 44200 SAINT SEBASTIEN SUR LOIRE
Tél. 49.33.19.78
Personne à contacter : Robert DIAT
Produits présentés : structure modulaire évolutive - Nadek.

A.M.F. BOWLING

34, rue Cléon, 93010 LEVALLOIS - Tél. 47.58.11.74
Personne à contacter : M. FAUVILLE
Produits présentés : matériel de bowling, accessoires et installation.

PUBLIPLAN

16, rue Beaumont, 75001 PARIS - Tél. (1) 43.71.30.43
Personne à contacter : Mme COHEN
Produits présentés : Performance touristique et commerciale.

AQUACITY

18, rue Courant, 75012 PARIS - Tél. (1) 47.07.34.90
Personne à contacter : M. CATHALA
Produits présentés : jets, installations et équipements aquatiques.

CARAVELAIR

Route de La Malte, 07000 TOULON - Tél. 31.08.30.08
Personne à contacter : M. BICHSELIN
Produits présentés : résidences mobiles.

SOMIVAL

48, Bd Pasteur, 63001 CLERMONT FERRAND Cedex
Tél. 73.93.81.10
Personne à contacter : M. BUCAS
Produits présentés : Jeux de France, fabrication intégrée de loisirs.

DETENTE-PROSPECTIVE-PATRIMOINE

10, rue de l'Espérance, 15000 PARIS - Tél. 47.43.13.33
Personne à contacter : MM Jacques POUPIER, YVES, TOMATIS, DONGRY
Produits présentés : Constructions Loires et Tourisme, Constructions pour le développement économique du patrimoine naturel et architectural.

DIGUE

Rue Félix Daut, 05010 ROZEVY SUR SEINE - Tél. 23.98.16.16
Personne à contacter : M. BACON
Produits présentés : résidences mobiles.

KOMPAN

115, rue Pauline Lévy, 77100 DENNAIRE LES LYS
Tél. 64.37.73.33
Personne à contacter : M. FELTER
Produits présentés : aire de jeux, fabrication et distribution.

AGENCE BORG

13, rue Saint-Croix, 75001 PARIS - Tél. 45.33.33.33
Personne à contacter : M. PARLAUT
Produits présentés : marketing touristique, publicités et relations de clients.

A.E.P.A.

18, Bd Chazaigne, 93014 POISSY Cedex - Tél. 49.41.45.4
Personne à contacter : M. PRIMOY
Produits présentés : Formations professionnelles adultes Sector tourisme.

SCREG EPI

131, rue Paul Fort, 93110 MONTMIRY - Tél. 49.01.33.48
Personne à contacter : M. GARRIBÉ
Produits présentés : complexes sportifs, tables des fibres, table polyvalentes, tennis couverts, piscines, etc...

ETS MANDRON

Route de Bayeux, 60010 SAINT PERDON - Tél. 38.06.28.8
Personne à contacter : M. MONTFURON
Produits présentés : caravanas, résidences mobiles, chalets longévités.

T.L.P. TOURISME-LOISIRS-PROMOTION

2-1 de Metz, Tassy, 74100 PRIGNY - Tél. 30.27.33.60
Personne à contacter : M. MOURIO
Produits présentés : études conseil, restauration, marketing de tourisme et des loisirs.

ANPE CHARENTE-MARITIME

17, avenue des Corbières, 17013 LA ROCHELLE
Tél. 46.51.37.33
Personne à contacter : M. VERBAUWEN
Produits présentés : stage formation tourisme.

EXPOMER

MARDI 22 AVRIL

20 h 30 : Football sur écran géant : Bordeaux-PSG retransmission par satellite en exclusivité nationale grâce aux Sociétés VT5 et Ecran Plus.

MERCREDI 23 AVRIL

CONGRÈS DES STATIONS

- 9 h 30 : Accueil des Congressistes
10 h 00 : Séance plénière
- le point sur l'avancement de la politique des contrats
 - le programme de chacune des stations
- 13 h 00 : Repas
15 h 00 : Inauguration EXPOMER
15 h 30 : Commissions :
- le financement des stations en voie de modernisation en relations avec les professionnels du tourisme en matière d'animation et d'équipement
- 17 h 00 : Commercialisation des stations en liaison avec les DRT, CRT, CDT et les autorités de tutelle.

EXPOMER

- 14 h 00 : Conférence-débat : l'hôtellerie de plein air face au marché européen
15 h 00 : Inauguration officielle
21 h 00 : Conférence-débat :
- le rôle des cinémas dans les stations touristiques avec animations vidéo sur écran géant.

JEUDI 24 AVRIL

EXPOMER

- 9 h 30 - 18 h : Exposition permanente
14 h 00 : Conférence-débat : les techniques modernes de restauration touristique

CONGRÈS DES STATIONS

- 9 h 30 : Commissions :
- Comment gérer la plage, principal équipement touristique de la station
 - La formation en matière touristique
- 16 h 30 : Synthèse des commissions

FORUM DE LA COMMUNICATION

- Tables rondes
10 h 00 : Informatique et communication touristique
16 h 00 : Créer et communiquer une image de marque touristique

VENDREDI 25 AVRIL

EXPOMER

10 h 00-18 h 00 : Exposition permanente

FORUM DE LA COMMUNICATION

- avec la participation de l'association professionnelle des journalistes de tourisme*
10 h 00 : L'information touristique : belles images, guides pratiques ou publicité ?
Comment informer les journalistes ?
15 h 00 : Voyages de presse : pourquoi, comment ?
17 h 00 : Synthèse générale



Chemin de Fer de l'État

Paris Royan

TRAIN RAPIDE
Trajet en 11 HEUF heures

PARIS GARE D'ORLÈANS	N° 1	29 Francs
ROYAN	N° 2	52 Francs
à partir de 17 AVRIL		

BILLET D'ALLER & RETOUR

71.60 52.40 38.10

VALIDABLES POUR 30 JOURS