

**Assises du Tourisme 2014**

**Contribution des CCI de France**

*Le tourisme,  
levier pour une croissance économique durable*



## Introduction

Le tourisme est une activité économique majeure dont les retombées économiques ont un impact considérable sur la croissance et l'emploi. Activité qui touche également le patrimoine culturel et naturel, le tourisme illustre la nécessité de concilier croissance économique et développement durable. De par la richesse de nos destinations montagne, mer, campagnes, le tourisme est également un instrument important pour renforcer l'image et l'attractivité de la France dans le monde et projeter nos valeurs. Il contribue également à maintenir les services de proximité et développer des équipements structurants sur des territoires éloignés des grands pôles urbains. Enfin, le tourisme est un outil efficace permettant aux entreprises françaises d'avoir un accès direct aux consommateurs étrangers pour exporter nos produits et services.

Il est important de rappeler que cette économie représente plus de 7 % du PIB et génère 36 milliards d'euros de recettes internationales (77 milliards en incluant le tourisme domestique) et est le premier pourvoyeur de la balance des paiements avec 12 milliards d'excédents, seul secteur exportateur qui rapporte aussi des rentrées fiscales avec 4 milliards de TVA acquittées par les touristes étrangers sur leurs dépenses en France. Elle ne compte pas moins de 2 millions d'emplois directs et indirects, et enregistre chaque année plus de 80 millions de visiteurs étrangers.

C'est l'un des rares secteurs économiques qui diffuse largement son activité sur les territoires à travers un tissu d'entreprises de toutes tailles et d'une diversité exceptionnelle, tout comme il offre des emplois à tous niveaux de qualification en garantissant des évolutions de carrière intéressantes

Cependant, des points de vigilance sont régulièrement mis en lumière : bien que la France soit première en nombre de visiteurs, elle reste en 3<sup>ème</sup> position en termes de recettes, dernière les Etats-Unis et l'Espagne, et passe en 2013 à la 7<sup>ème</sup> position en termes de compétitivité ! Par ailleurs, chaque année, ce sont 50 000 postes qui restent non pourvus, signe d'un manque d'attractivité du secteur.

Enfin, la France connaît un contexte de forte concurrence et de perte de parts de marché, c'est pourquoi un certain nombre de défis doivent être relevés pour relancer une offre à forte valeur ajoutée. Pour y répondre, il est primordial que tous les acteurs du secteur puissent joindre leurs efforts et travailler dans un cadre politique consolidé qui prenne en considération les nouvelles priorités exprimées dans le cadre des Assises du Tourisme 2014.

Avec cette présente contribution, les CCI de France entendent favoriser une approche coordonnée des initiatives liées au tourisme et définir un nouveau cadre d'actions pour renforcer sa compétitivité et sa capacité à croître de façon durable. A cet effet, elles proposent un certain nombre d'initiatives qui visent à réaliser les objectifs partagés de tous.

**Dans cette perspective, le tourisme doit bénéficier d'une communication nationale d'envergure qui soit à la hauteur de ses enjeux afin de revaloriser le secteur auprès des professionnels et du grand public, notamment en mettant l'accent sur le poids de cette économie et la noblesse des métiers de service. Ainsi, il nous paraît important d'affirmer le tourisme comme un des facteurs du développement économique, de l'emploi et de l'aménagement du territoire.**

## 1. Contribution des CCI de France

- I. Dans un contexte de décentralisation, inciter à l'élaboration et à la mise en œuvre de stratégies partagées et coordonnées entre les acteurs de la filière tourisme, tout en confortant le rôle des CCI dans l'accompagnement des entreprises**
- 

### Contexte

De plus en plus d'acteurs se positionnent sur l'accompagnement des entreprises du tourisme par opportunité ou méconnaissance de l'offre existante alors que cette mission relève des compétences des CCI ; les entreprises se retrouvent ainsi confrontées à une multiplicité d'acteurs. Or, les professionnels ont un besoin permanent de se former, d'investir, de rénover leur établissement pour adapter leur offre et être plus compétitif, ce qui nécessite d'identifier le bon interlocuteur qui pourra l'accompagner dans ses démarches.

### Actions prioritaires :

- 1. Renforcer la compétitivité des entreprises et des destinations touristiques en coordonnant l'action des pouvoirs publics**
  - ⇒ Clarifier les rôles et missions de chaque structure œuvrant en faveur du développement économique du tourisme (CCI, CRT, ADT/CDT, offices de tourisme, pays, PNR, métropoles, ...) afin de mutualiser et rationaliser les moyens humains et financiers : la promotion doit être assurée par les organismes visés par la loi tandis que les missions d'accompagnement des entreprises ou d'observatoire économique relèvent du champ de compétence des CCI qui doit clairement apparaître en tant que tel dans le code du tourisme
  - ⇒ Organiser une « Année du Tourisme » en France (incluant les territoires ultra-marins) portée par le Ministère en charge du Tourisme pour fédérer l'ensemble des acteurs au bénéfice des entreprises, relayée par un Tour de France des destinations touristiques
  - ⇒ Associer les CCI aux contrats de destination qui peuvent apporter leur expertise en matière de qualification de l'offre touristique
  - ⇒ Développer des conventions cadres qui permettent d'assurer une coordination entre les différents acteurs et développer des synergies et démarches de progrès territoriales
  - ⇒ Développer des outils pour mettre en réseau l'ensemble des acteurs du tourisme : lancement d'un appel à projets « clusters » sur le même format que les grappes d'entreprises ; développement de clusters par filière (exemple cluster croisières)
  - ⇒ Favoriser l'émergence de marques régionales fortes et cohérentes avec la stratégie nationale

## **2. Améliorer l'accompagnement des entreprises du tourisme**

- ⇒ Mettre en place un guichet unique porté par les CCI pour les entreprises du tourisme avec des interlocuteurs identifiés, dans une approche entrepreneuriale, qui nécessite flexibilité et compréhension, pour permettre une meilleure efficacité et lisibilité par les professionnels du tourisme
- ⇒ Simplifier la réglementation et les normes applicables aux exploitations des entreprises du tourisme
- ⇒ Favoriser la transmission des hébergements touristiques par un accompagnement financier et technique : le territoire est maillé de petits établissements d'hébergements touristiques qui rencontrent de nombreuses difficultés lors de la phase de transmission (accès au financement par les repreneurs, mise aux normes), en particulier dans les zones rurales
- ⇒ Favoriser une plus grande lisibilité et promotion des dispositifs existants (Qualité tourisme, classement...)

## II. Dans un univers très concurrentiel, assurer une plus grande qualification de l'offre touristique pour renforcer l'attractivité et la compétitivité des destinations

---

### Contexte

L'image et la perception de la France comme un ensemble de destinations touristiques sont des aspects étroitement liés à la compétitivité du tourisme et de ce fait, la qualité de l'accueil doit être améliorée, notamment lorsque la concurrence mondiale se fait sur le rapport qualité-prix. C'est toute la chaîne du tourisme qui doit être mobilisée sur cet enjeu important, sans exclure les points d'entrée et de sortie du territoire qui sont stratégiques pour améliorer la satisfaction des clientèles touristiques.

### Actions prioritaires :

#### **1. Mettre en place des services de mobilité innovants et efficaces pour construire ou développer une destination touristique<sup>1</sup>**

- ⇒ Intégrer l'ensemble des modes de transport existants (en dépassant l'approche « air-fer ») et mettre en place prioritairement des liaisons directes et rapides entre les aéroports / gares et les centres d'agglomération / pôles touristiques entièrement sécurisées et accessibles
- ⇒ Développer une signalétique adaptée et des messages vocaux traduits en anglais dans tous les transports principaux (aéroports, gares, métro, bus, ...)
- ⇒ Mettre en place des services de mobilité innovants et adaptés pour les clientèles touristiques, notamment dans les zones d'attente ou directement dans les transports (accès à l'information touristique, billetterie, trafic, choix des modes de transports, offres packagées, ...)
- ⇒ Mettre en place des dispositifs de traitement des aléas qui peuvent nuire à l'image d'une destination (environnementaux, sociaux, ...) pour donner une image positive de la destination
- ⇒ Proposer l'élaboration d'une charte de la « chaîne de mobilité » visant à coordonner l'ensemble des acteurs dans la prise en charge des clientèles à toutes les étapes du cheminement

---

<sup>1</sup> Les propositions d'actions prioritaires présentées ci-après peuvent faire l'objet de compléments dans le rapport de la CCI Paris Ile-de-France « Sept conditions pour améliorer l'accueil et la mobilité des touristes en Ile-de-France ».

**2. Mobiliser tous les professionnels qui constituent la chaîne du tourisme (incluant les commerçants, les transporteurs, les services de proximité, ...) pour une meilleure qualification de l'offre**

- ⇒ Renforcer l'accompagnement des professionnels vers les dispositifs de qualité et conforter l'accompagnement proposé par les CCI (classement, labels, certifications...)
- ⇒ Sensibiliser et former les professionnels à la qualité de l'accueil, à la culture de service et aux langues étrangères, notamment pour revaloriser les métiers de service
- ⇒ Engager une communication forte autour du label Qualité Tourisme dont la promotion doit être mieux soutenue par les organismes institutionnels

**3. Définir une gouvernance partagée et une politique volontariste en faveur de l'amélioration de la qualité de l'accueil**

- ⇒ Développer des identités territoriales au travers de marques qui permettent de véhiculer des valeurs, des promesses client pour mieux fédérer le monde économique, les institutionnels et les populations locales (passionnés, experts, ambassadeurs, ...) autour des enjeux touristiques de la destination
- ⇒ Avoir une politique des formalités administratives adaptées aux clientèles internationales et notamment pour les clientèles prioritaires (optimisation des délais d'obtention des visas touristiques)
- ⇒ Renforcer l'accès au très haut débit dans les zones touristiques pour améliorer la qualité de service au bénéfice des clientèles touristiques et mobiliser des solutions transitoires pour certaines zones non couvertes (montagne, rural...)
- ⇒ Valoriser en priorité les entreprises engagées dans des démarches de progrès au travers des organismes de promotion existants
- ⇒ Mettre en place un baromètre de la qualité de l'accueil pour chaque destination touristique, comme outil de pilotage et de benchmark

*Programme High Hospitality des CCI de France : Ce programme développé en 2014 vise à améliorer la qualité de l'accueil des destinations touristiques au travers d'un kit de sensibilisation pour les professionnels de la chaîne du Tourisme (fiches et guides pratiques) et en partenariat avec l'ensemble des acteurs du tourisme.*

### III. Renforcer l'accompagnement des professionnels sur le volet RH et valoriser les métiers de la filière tourisme

---

#### Contexte

La modernisation de l'activité touristique doit s'accompagner d'une amélioration des compétences des professionnels et des salariés pour répondre aux enjeux des nouvelles technologies et des attentes de la clientèle de plus en plus exigeantes. Par ailleurs, si le tourisme est un secteur créateur d'emplois, 60 000 à 70 000 offres d'emplois restent chaque année non pourvues. Aussi, les métiers de service méritent d'être revalorisés pour être perçus comme de réelles opportunités d'évolution professionnelle.

#### Actions prioritaires :

##### **1. Favoriser l'adéquation des compétences avec les besoins des professionnels et faciliter les recrutements**

- ⇒ Développer les outils d'aide au recrutement visant à réduire les tensions du marché du travail et à améliorer les conditions de travail des salariés du secteur, en s'appuyant sur les bourses à l'emploi thématique, les groupements d'employeurs, les diagnostics de compétences dans l'entreprise permettant d'identifier les besoins en compétences des professionnels, les métiers en tension, les forces et faiblesses des territoires...
- ⇒ Renforcer la fidélisation du personnel à partir des dispositifs ou services existants (formations proposées par les CCI, Validation des Acquis de l'Expérience, contrat d'apprentissage saisonnier, CDI-emploi-formation, charte des conditions d'emploi et de travail de la profession ...)
- ⇒ Adapter l'offre de formation actuelle aux besoins prioritaires du secteur (accueil, compétences linguistiques en situation professionnelle, pratique des techniques du Web appliquées au tourisme pour le management et le développement commercial des entreprises)
- ⇒ Développer des actions de communication à destination des chefs d'entreprise et des jeunes sur l'intérêt de l'alternance, les CCI pouvant être force de proposition quant à des actions de cette nature associant les branches concernées

##### **2. Accompagner l'évolution des métiers et favoriser l'attractivité des métiers du tourisme**

- ⇒ Prendre en compte l'émergence de nouveaux métiers : la révolution numérique entraîne le développement de nouveaux métiers généralement dédiés aux réseaux communautaires, au référencement et à la distribution des offres touristiques (« chefs de produits en ligne », « traffic manager », « responsable de communication web » ...)
- ⇒ Intervenir sur les mobilités professionnelles : de nombreuses compétences proches des métiers de la restauration et de l'hôtellerie se trouvent dans des secteurs hors tourisme (hôpitaux, maisons de retraite, collectivités et sociétés de services externalisés, armées, ...)
- ⇒ Développer des campagnes de communication pour l'orientation des lycéens et collégiens

### **3. Mettre en place les conditions satisfaisantes pour développer l'emploi des saisonniers**

- ⇒ Lever les points de blocage liés au développement des emplois des saisonniers (précarité du statut des emplois de saisonniers, difficultés d'accès à la formation professionnelle continue, problèmes d'accès au logement en station et à la mobilité)
- ⇒ Faciliter l'accès des saisonniers à des actions de formation et d'accompagnement quel que soit le statut et l'activité
- ⇒ Développer les Maisons des saisonniers, à l'initiative des acteurs économiques publics et privés dont les CCI
- ⇒ Privilégier les négociations de branche visant à inciter les saisonniers à prendre les congés payés en dehors des périodes de forte saison touristique et ainsi favoriser la création de CDI

*Programme High Hospitality des CCI de France : Ce programme développé en 2014 vise à améliorer la qualité de l'accueil des destinations touristiques au travers d'une formation basée sur « l'estime de soi et la culture de service » pour les professionnels de la chaîne du Tourisme et soutenue par le Ministère en charge du Tourisme*



## **IV. Stimuler l'investissement touristique pour renforcer la compétitivité des entreprises et in fine des destinations**

---

### **Contexte**

Dans un contexte macro-économique difficile, avec un climat général d'attentisme aux origines multiples, les tendances de l'investissement touristique sont en repli et l'ensemble des enquêtes de conjoncture rappellent les positions très prudentes des entrepreneurs dans le secteur du tourisme et notamment dans le secteur à forte proportion de TPE (hôtellerie indépendante et restauration).

De plus, le modèle économique de ces mêmes professionnels doit évoluer, les acteurs doivent faire des choix importants pour leur avenir et l'investissement devient alors indispensable pour tirer le meilleur profit de la sortie de crise. C'est pourquoi, les mécanismes de financement doivent être renforcés afin de soutenir et encourager ces professionnels.

### **Actions prioritaires :**

#### **1. Améliorer l'accompagnement des porteurs de projet publics et privés, notamment pour les acteurs de l'hôtellerie indépendante**

- ⇒ Instaurer un crédit d'impôt attractif pour l'hôtellerie indépendante, pour s'adapter aux standards internationaux ou mettre en place des dispositifs d'incitations fiscales pour attirer l'implantation de projets touristiques sur des territoires ciblés
- ⇒ Accompagner les projets innovants - sous la forme d'appels à projets - pour favoriser les projets collaboratifs, la structuration de l'offre et l'organisation d'événements

#### **2. Favoriser le financement de nouveaux projets, notamment en matière de grandes structures d'hébergement, de projets culturels ou de loisirs**

- ⇒ Mettre en place des cellules régionales regroupant l'ensemble des acteurs (incluant les investisseurs, les banques, les CCI, ...) pour présenter et porter les projets innovants
- ⇒ Adapter de nouvelles méthodes d'accueil et d'accompagnement des investisseurs et porteurs de projet
- ⇒ Prendre en compte les nouvelles formes de financement (crowdfunding, ...)
- ⇒ Prendre en compte la notion d'immatériel dans l'investissement

#### **3. Moderniser les infrastructures touristiques**

- ⇒ Mettre en place des guichets uniques pour l'aide au financement des plans de modernisation des structures hôtelières en priorité sur les territoires ruraux et de montagne
- ⇒ Encourager la rénovation avec un objectif de développement durable et de performance énergétique
- ⇒ Accélérer et simplifier les processus décisionnels en matière d'autorisation administrative (urbanisme, réglementaire, ...) et proposer des aides pour la mise aux normes réglementaires

#### **4. Simplifier l'accès aux financements communautaires**

- ⇒ Renforcer l'intervention financière de l'Union européenne sur le tourisme
- ⇒ Simplifier le montage et le suivi des dossiers de financement européen et accélérer les processus de paiement

## **V. Dans un contexte de crise et de mutations, renforcer la compétitivité des entreprises touristiques en mettant l'accent sur les TIC et le développement durable**

---

### **Contexte**

L'industrie du voyage s'est transformée depuis plusieurs années face au développement d'internet et des nouveaux modes de consommation des clientèles touristiques de plus en plus diversifiées et exigeantes. Les professionnels doivent s'adapter à ces mutations afin d'améliorer leur compétitivité qui passe également par des produits touristiques respectueux de l'environnement afin de construire des destinations touristiques durables. L'accompagnement des professionnels doit donc être ciblé sur ces leviers d'amélioration qui contribuent fortement à dynamiser l'ensemble des relais d'influence pour regagner des parts de marché.

### **Actions prioritaires :**

- 1. Proposer une réponse personnalisée et adaptée à tous les professionnels du tourisme au regard d'un diagnostic de stratégies numériques des entreprises**
  - ⇒ Mettre en place un observatoire des tendances numériques des entreprises du tourisme, afin de déterminer les besoins des entreprises et mieux anticiper les mutations
  - ⇒ Développer un accompagnement au numérique « sur-mesure » efficace par des rencontres professionnelles, des formations, ou des diagnostics de stratégies numériques en s'appuyant sur l'expertise des CCI
  - ⇒ Inciter les entreprises à développer de nouveaux services numériques (réservation en ligne, services personnalisés, ...) en proposant aux entreprises des dispositifs de soutien financiers attractifs
  
- 2. Agréger une offre pertinente et adaptée à toutes les typologies de clientèles en fonction de leurs affinités et de leurs besoins**
  - ⇒ Développer des services individualisés pour les clientèles en alternative aux offres « clé en main » sur internet
  - ⇒ Développer les applications sur supports embarqués pour faciliter les séjours des clientèles et ainsi proposer des idées d'activités afin d'améliorer la consommation des prestations touristiques
  
- 3. Développer une approche promotionnelle française coordonnée et plus offensive au moyen des réseaux d'influence sur le web ou des réseaux sociaux**
  - ⇒ Améliorer la promotion, le marketing et la mise en marché des produits touristiques en intégrant le sur-mesure, l'expérience, l'émotion et l'authenticité (ex. des Greeters)
  - ⇒ Mieux valoriser l'offre touristique sur internet sous une bannière « France » plus lisible

**4. Mettre en place une réglementation adaptée aux obligations fiscales des plateformes de distribution au bénéfice des entreprises**

- ⇒ Apporter un cadre réglementaire qui précise les relations entre les professionnels du tourisme et les plateformes de réservation hôtelière dans une logique partenariale
- ⇒ Anticiper sur les nouveaux modes de consommations liés à l'économie collaborative pour conserver une maîtrise de l'hébergement touristique
- ⇒ Faire évoluer la taxe de séjour pour créer un fonds tourné vers l'innovation touristique

**5. Apporter des réponses aux préoccupations de durabilité pour construire des destinations touristiques pérennes et attractives**

- ⇒ Réaliser une étude prospective par les pouvoirs publics en vue d'une adaptation des entreprises aux contraintes environnementales et au changement climatique
- ⇒ Proposer des aides de financement aux entreprises engagées dans des dispositifs de gestion environnementale et valoriser les engagements des professionnels au travers des organismes de promotion institutionnels
- ⇒ Favoriser la mise en place de systèmes de management de destinations touristiques durables coordonnée par les CCI avec l'ensemble des acteurs économiques du territoire (agriculture, culturel, industriel, ...)
- ⇒ Renforcer les dynamiques économiques et sociales des territoires pour favoriser l'ancrage territorial des professionnels et développer les productions locales

## VI. Faire du tourisme événementiel un levier d'attractivité et de compétitivité des destinations touristiques <sup>2</sup>

---

### Contexte

Atouts majeurs pour le développement économique, l'attractivité et le rayonnement international de la France, les grands événements culturels, économiques et sportifs génèrent de fortes fréquentations touristiques et induisent des retombées économiques importantes. Ils favorisent la création d'emplois directs et indirects, valorisent les savoirs et savoir-faire, les innovations, la promotion de filières d'excellence et ont également un effet d'accélération sur les investissements en matière d'infrastructures de transport, d'hébergement ou d'équipement.

### Actions prioritaires :

#### **1. Impliquer les acteurs clés (filiales économiques culturelles et sportives, politiques, institutionnels...) à toutes les étapes liées à la candidature, au renforcement ou à l'organisation des grands événements**

- ⇒ Intégrer systématiquement les filières (économiques, sportives, culturelles) dans le financement et la phase de pré-candidature et/ou dans le renforcement de l'évènement
- ⇒ Créer systématiquement un comité de soutien autour d'un groupe de personnalités qualifiées et emblématiques pour porter la candidature des grands événements
- ⇒ Mobiliser et engager les plus hautes instances politiques pour légitimer, médiatiser et renforcer les grands événements
- ⇒ Disposer de certaines garanties des pouvoirs publics, notamment en termes de stabilité et d'attractivité fiscale pour négocier en amont les appels à candidature

#### **2. Mettre en place une politique ambitieuse et collective de promotion et de valorisation du territoire et des savoir-faire à l'étranger**

- ⇒ Rationaliser, mutualiser et renforcer les moyens humains et financiers dédiés à la promotion de l'attractivité du territoire en matière d'accueil des grands événements en développant la « Business Diplomacy » à l'aide des relais économiques à l'étranger (ambassades, CCI Françaises à l'Étranger, conseillers du commerce extérieur, ...)
- ⇒ Favoriser l'entrée des personnalités françaises aux postes clés au sein des comités internationaux, sociétés savantes, fédérations internationales et organismes décisionnaires et mettre en place des « process » de coordination de lobbying entre acteurs pour répondre de manière efficace aux candidatures
- ⇒ Accroître la visibilité, via la géo-duplication à l'international des salons phares, des domaines d'excellence française

---

<sup>2</sup> Les propositions d'actions prioritaires présentées ci-après sont développées dans le rapport de la CCI Paris Ile-de-France « [Les grands événements : un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris](#) » qui sont déclinables sur l'ensemble du territoire

**3. S'appuyer sur le tourisme événementiel pour répondre aux défis des infrastructures de transport, d'hébergement et d'accueil d'une destination attractive et compétitive**

- ⇒ Optimiser les dessertes rapides et directes entre les aéroports/gares et les centres d'expositions et de congrès, plateformes indispensables à l'attractivité touristique et événementielle
- ⇒ Renforcer l'offre d'hébergement en la rendant innovante et adaptée aux besoins de la clientèle, notamment internationale
- ⇒ Mettre en place une politique volontariste et responsable de développement et/ou de rénovation des infrastructures d'accueil
- ⇒ Proposer des « pass multiservices » intégrant des offres combinées sur les transports et les activités ludiques et/ou culturelles, notamment pour les clientèles d'affaires et les accompagnants

## Annexes

- ⇒ 250 conseillers tourisme accompagnent les entreprises dans leurs mutations
- ⇒ + de 25.000 entreprises qui bénéficient d'un accompagnement individuel
- ⇒ + de 40.000 entreprises qui bénéficient d'un accompagnement collectif

### ➤ **Accéder à l'information**

Les CCI contribuent à renforcer les capacités d'anticipation des dirigeants en réalisant des études, en diffusant de l'information utile mais aussi en sensibilisant les acteurs aux changements réglementaires :

- Des observatoires conjoncturels et/ou structurels (hôtellerie, restauration, hôtellerie de plein air, ...) ; des enquêtes de fréquentation hôtelière et des bases de données de l'offre hôtelière
- Des outils de veille réglementaire, études prospectives et études de marché
- Des ateliers ou conférences thématiques : web, accessibilité, environnement, classement, sécurité, ...
- Des colloques sur des thèmes d'actualité : visite d'entreprise, rencontres professionnelles et Passeport Vert

### ➤ **Accompagner pour structurer et développer l'offre touristique**

Les CCI accompagnent l'entreprise de la création à la transmission en passant par toutes les phases de développement :

- Des accompagnements collectifs ou individuels :
  - Qualité : Maître Restaurateur, Restaurateurs de France, Qualité Tourisme, Hotelcert, ...
  - Numérique : diagnostics stratégiques numériques (sites internet, commercialisation, yield management, fichiers clients, e-réputation, ...)
  - Ressources Humaines : plusieurs CCI accompagnent depuis 2007 les hôtels, les restaurants, les campings, ... pour l'obtention de la Charte de Confiance
  - Environnement : accompagnement des hébergeurs dans des démarches environnementales « Clé Verte » ou « Ecolabels Européen »
  - Développement Durable : le dispositif Respect permet d'établir un diagnostic sur les capacités et la volonté des entreprises à s'engager dans une démarche en DD
  - Classement : accompagnement des entreprises sur le classement réglementaire des hébergements touristiques dans leur auto-diagnostic, pour solliciter des aides à la modernisation, auprès des collectivités, réalisation des pré-diagnostics
  - Réglementaire, développement commercial, juridique, fiscal, ...

- Des accompagnements aux porteurs de projets :
  - o Faire découvrir les atouts et le potentiel touristique des territoires aux porteurs de projets
  - o Proposer des dispositifs de conseils et d'aide à l'investissement : recherche de biens et de terrains disponibles, ingénierie financière des projets, montage de dossiers de subventions et assistance pour le recrutement de personnel qualifié

➤ **Soutenir les réseaux de professionnels**

Les CCI accompagnent ou pilotent des réseaux de professionnels du tourisme pour combiner les compétences et accélérer l'adaptation de ces entreprises à leur environnement

- Accompagnement dans l'animation de groupements de professionnels territoriaux ou régionaux, par filière ou par métier : qualité, découverte économique, tourisme d'affaires, restaurateurs, hôteliers, professionnels de l'hôtellerie de plein air
- Création de cluster ou de Plateforme Régionale d'Innovation Tourisme

➤ **Répondre à l'évolution des métiers par la formation**

Deuxième formateur après l'Éducation nationale, les CCI interviennent sur le champ de la formation pour répondre aux attentes des chefs d'entreprise ; elles proposent 483 cycles de formations diplômantes (sur 900) de tous niveaux (du CAP au bac+5). Ils sont accessibles selon les cas par la voie de la formation initiale à temps plein et/ou l'apprentissage et/ou la formation professionnelle continue.

- Des formations qualifiantes sur les compétences (sur les métiers de la restauration, sur le management en hôtellerie, ...)
- Des formations qualifiantes pour les porteurs de projets en hôtellerie et restauration
- Autres formations continues (tourisme, hôtellerie, restauration, hôtellerie de plein air, chambres d'hôtes, VAE, accompagnement dans la formation de jeunes en apprentissage ou en alternance (CAP, Bac Pro, brevet professionnel, ...))

**La mission consultative des CCI**

Le large ancrage territorial des CCI permet d'agir fortement dans l'intérêt du développement économique régional et de jouer un rôle accru dans l'accompagnement des entreprises et en particulier dans le soutien aux PME. Les CCI représentent et défendent les intérêts des entreprises auprès des pouvoirs publics dans le cadre de leur mission consultative.