

En juillet 2009, Philippe AUGIER (Maire de Deauville, Président du Centre International de Deauville Président de France Congrès) remettait au Président de la République Nicolas Sarkozy son rapport « Pour une politique gagnante des grands évènements ».

Dans la continuité de ce rapport, les objectifs de la conférence sont de :

- Favoriser le rapprochement entre acteurs publics et privés pour le développement de grands évènements en France.
- Poser les bases d'une méthodologie de promotion, de lobbying et de valorisation des grands évènements.
- Identifier les opportunités de nouveaux business et de financements innovants sur ce secteur.
- Contribuer à développer l'écosystème des start-up et des PME dans un secteur particulièrement créatif.

**8h30** : accueil des participants autour d'un petit déjeuner.

**9h00** : « Pour une politique gagnante des grands évènements ». Présentation du Rapport au Président Nicolas SARKOZY par **Philippe AUGIER**, Maire de Deauville, Président du Centre International de Deauville, Président de France Congrès.

**09h45** : **1<sup>ère</sup> table ronde** : **Méthode et stratégie pour la captation de grands évènements (quel mode opératoire ? quel processus ? quelle équipe ?).**

**Thierry HESSE** - Commissaire Général du Mondial de l'Automobile de Paris et PDG d'AMC Promotion, Président de la Fédération des Foires, Salons, Congrès et Evènements de France qui regroupe 90% de l'activité du secteur (organisateur, gestionnaire de sites, prestataires).

**Renaud HAMAIDE** - Directeur Général de VIPARIS, leader européen et mondial qui gère 10 des principaux sites d'accueil franciliens de congrès, expositions et évènements d'entreprises, Directeur Général de COMEXPOSIUM, un des leaders européens de l'organisation de salons professionnels et grand public.

**François CANGARDEL** - Directeur de l'Immobilier (membre du Comex). Aéroports de Paris a notamment développé une gamme de produits destinée à l'accueil des grands évènements internationaux afin de renforcer l'attractivité de la place de Paris. Le groupe est également impliqué dans l'organisation du salon international de l'aéronautique et de l'espace (Bourget).

**Olivier ROUX** - Vice Président-fondateur de GL EVENTS, leader européen de la prestation de services évènementiels, de gestion de sites évènementiels et d'organisation de grands évènements et salons.

**Philippe MAUD'HUI** – Directeur de l'ingénierie et du développement d'ATOOUT France (Agence de Développement Touristique de la France, opérateur unique de l'Etat dans le secteur du tourisme).

**11h00** : **2<sup>ème</sup> table-ronde** : **Valorisation des initiatives déjà mises en place. Comment conserver et promouvoir les évènements existants? Nouvelles opportunités de business et financements innovants.**

**Mercedes ERRA** - Présidente exécutive d'EURO RSCG Worldwide. Un des leaders mondiaux des métiers de la communication. A ce titre, le groupe assure les fonctions marketing et publicité des plus grands évènements mondiaux.

**Philippe LEBEAU** - Fondateur du projet Annecy 2018, directeur du Club des partenaires économiques d'Annecy 2018. Evènement planétaire par son rayonnement, les Jeux Olympiques sont aussi un formidable outil d'accélération du développement d'un territoire.

**Hugues de CIBON** - Directeur du Mécénat et du Marketing. 2013 verra se succéder des centaines d'évènements culturels sur Marseille et la Provence pour le rapprochement de l'Europe et des pays du Sud. Vaste chantier dont l'ambition est de pérenniser l'évènement au-delà de 2013.

**Philippe AUGIER** - Maire de Deauville, Président du Centre International de Deauville, Président de France Congrès.

**12h00** : Conclusion par **Philippe AUGIER**.

Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles

75015 Paris

www.tourismes.info

## 1) Philippe AUGIER

Les secteurs dans lesquels ils peuvent être organisés sont aussi nombreux que les champs d'activités collectives. « Un grand évènement est une manifestation qui, concernant principalement un secteur d'activité à des répercussions territoriales de tous ordres et, à un titre ou un autre, un impact international bénéfique pour le pays ou le territoire d'accueil ».

Londres 2012 ou comment une réussite majeure révèle les forces politiques, culturelles, diplomatiques et surtout de savoir-faire, désormais nécessaires dans le nouveau type de grande compétition internationale qu'est devenue la captation de grands évènements.

« Lille, capitale européenne de la culture 2004 » ou comment un grand évènement voulu par les édiles locaux portés par l'ensemble de la population s'est révélé un facteur de cohésion sociale et le détonateur de multiples initiatives structurant une stratégie de développement économique et social.

« Maison et objet » ou comment la volonté stratégique d'entreprises d'un secteur d'activité, alliée à l'intelligence de l'ouverture sur l'extérieur et appuyée sur des infrastructures correctement dimensionnées dès le départ ont permis un beau succès économique.

Les grands évènements sont omniprésents, bénéfiques... mais nous ne nous rappelons leur existence que quand le déplacement de l'un d'entre eux vers des contrées plus accueillantes, ou qui les désirent plus, nous conduit à constater que leur départ est malencontreux et très regrettable.

La profusion des initiatives publiques et privées a assuré la vitalité du secteur, particulièrement grâce au volontarisme de certains acteurs, entreprises, villes ou individus. Mais ce modèle se trouve aujourd'hui ses limites et, si la France occupe aujourd'hui une position majeure dans le secteur des grands évènements, celle-ci n'est pas assurée pour l'avenir.

### I - NECESSITE D'UNE STRATEGIE FRANÇAISE POUR LE DEVELOPPEMENT DES GRANDS EVENEMENTS

La vitalité de ce secteur semble totalement méconnue.

#### 1 - Le développement des grands évènements est une « ardente obligation »

- **Un grand évènement crée de la visibilité**
  - Il permet la diffusion d'images, particulièrement au plan international
  - Un grand évènement est porteur d'une « marque de fabrique ». Celle-ci est toujours positive, renvoyant au dynamisme, à la vitalité et à la créativité
  - Un grand évènement assure la prépondérance d'un territoire et des activités qui y sont liées
  - Un grand évènement confère une image d'efficacité à son organisateur
  - Un évènement majeur est une occasion unique de promouvoir l'accueil, le partage et l'échange
- **Un grand évènement est créateur de valeur**
  - Il est mobilisateur et favorise l'émergence d'une « intelligence collective » : convergence de savoirs, d'expertises, de personnalités de référence
  - Il est synonyme de créativité de par sa constante évolution
  - Il génère d'importantes retombées économiques et sociales
- **Les grands évènements sont des facteurs de croissance et de relance pour la France**
  - Des enjeux d'image : contribuer à faire évoluer l'image, souvent défavorable, de la France
  - Des enjeux de création de valeur
- **Les grands évènements : quels outils pour en mesurer l'impact ?**
- **Les grands évènements à l'origine de filières économiques vivaces**
  - La communication événementielle : un marché qui se structure
  - Les autres filières

#### 2 - La France, grand pays pour les grands évènements... pour combien de temps encore ?

- **De vraies forces et une position dominante...**
  - Une tradition d'organisation voire de création de grands évènements
  - Un savoir-faire reconnu
  - Un territoire très attractif
  - Une réelle capacité d'adaptation... sous contrainte
- **... mais des faiblesses de plus en plus marquées**

Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles

75015 Paris

www.tourismes.info

- L'inadaptation relative de la culture française aux qualités requises pour capter et réussir un grand évènement
- L'absence d'affirmation d'une ambition nationale
- Le manque de grands équipements
- Les travers de l'approche franco-française
- La communication est souvent trop faible

### 3 - Une concurrence étrangère de plus en plus dynamique

- **De plus en plus de pays ont compris l'intérêt d'une politique de grands évènements très active**
  - Certains pays prennent en compte de façon volontariste la captation, l'organisation et le renouvellement des grands évènements : l'Espagne, les Pays-Bas, le Canada, la Corée du Sud, le Japon, le Maroc, Abu Dhabi, le Qatar, le Mexique, la Nouvelle Zélande.
  - De nombreux pays n'ont pas encore de stratégie, ni de structure particulière pour la captation de grands évènements, mais ils s'y intéressent : l'Allemagne, l'Italie, la Grèce, le Royaume Uni, la Russie, les Etats-Unis, la Chine, l'Australie, l'Afrique du Sud, l'Inde, l'Indonésie, l'Argentine, le Brésil, l'Egypte.
- **Des stratégies de conquêtes agressives**
  - Certains Etats ou régions ont défini une politique d'organisation de grands évènements conçus comme des supports de croissance économique : les Pays-Bas, le Canada, Barcelone et la Catalogne, Milan, la Corée du Sud, Doha, Abu Dhabi, la Nouvelle Zélande, le Mexique.
  - Le plus fréquemment, les Etats ou les collectivités publiques s'engagent pour des évènements ponctuels : le Royaume Uni, le Japon
- **Des impacts économiques et sociaux extrêmement forts**
  - Quand elles sont disponibles, les évaluations d'impact sont spectaculaires
  - Les grands évènements peuvent agir comme des accélérateurs d'investissement
  - Une étude spécifique de bilan : l'exemple d'organisation de la Coupe de l'America à Valence

## II - POUR UNE POLITIQUE GAGNANTE DES GRANDS EVENEMENTS EN FRANCE

### 1 - L'objectif : créer ou capter de nouveaux évènements

- **Elaborer une grille d'analyse et de choix prioritaires**
  - Définir les secteurs stratégiques prioritaires
  - Conforter nos filières économiques d'excellence
  - Améliorer l'image de la France dans le monde
  - Engager une véritable réflexion dans le domaine sportif
  - Mieux exploiter nos grands lieux patrimoniaux en élaborant une véritable politique marketing nationale
  - Systématiser la « stratégie du coucou »
- **Choisir les évènements à créer ou à capter**
  - Les grands évènements sportifs
  - France Développement Durable (F2D)
  - Forum mondial de l'eau. Marseille : 2013
  - Des évènements servant la stratégie de l'Union pour la Méditerranée
  - Des évènements adossés aux pôles de compétitivité
  - Hexagone 2015 : un évènement de fierté nationale
  - Expositions internationales thématiques pour le XXIème siècle
  - Grandes commémorations
  - Autres suggestions

### 2 - Développer et améliorer nos infrastructures

- Mettre en œuvre une politique volontariste de restauration ou de construction de « grands stades-centres de vie », déclencheurs de rénovation urbaine, en associant secteurs public et privé
- Même démarche « public-privé » en faveur des salles de spectacle
- Améliorer ou créer des liaisons indispensables entre aéroports, hôtels et lieux d'évènements
- Développer notre hôtellerie et aider à la réhabilitation de notre hôtellerie indépendante (plan Novelli)

**Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles**

**75015 Paris**

[www.tourismes.info](http://www.tourismes.info)

- Moderniser nos palais des congrès et parcs d'expositions, notamment en matière de nouvelles technologies et de développement durable

### **3 - Mettre en œuvre des actions prioritaires pour :**

- **Développer nos salons et congrès :**
  - en exploitant mieux nos réseaux internationaux institutionnels,
  - en améliorant nos conditions d'accueil,
  - en adaptant nos réglementations à la spécificité des métiers de l'évènementiel,
  - en tendant vers l'égalité fiscale européenne pour un même secteur d'activité.
- **Optimiser les retombées de nos grands évènements :**
  - en créant des filières territoriales autour des grands évènements,
  - en associant la population dès la préparation des grands évènements pour répondre à l'enjeu de cohésion et de partage des valeurs,
  - en construisant une politique d'accompagnement des grands évènements avec France Télévision, service public,
  - en élargissant les règles du mécénat culturel aux programmes culturels télévisés,
  - en coordonnant et en développant la communication sur les grands sujets,
  - en créant un site Internet portail de ce secteur d'activité,
  - en labellisant les grands évènements qui ont besoin du parrainage des pouvoirs publics,
  - en créant un guide méthodologique de l'organisation d'un grand évènement,
  - en suscitant la création de modules de formation à l'évènementiel dans les grandes écoles ou les universités,
  - en organisant des rencontres économiques en marge des manifestations culturelles internationales,
  - en développant les partenariats public-privé sous toutes les formes,
  - en réalisant systématiquement des bilans et des études de retombées pour tous les principaux évènements afin de les faire évoluer sans cesse.
- **Nous donner les moyens de capter les grands évènements qui « tournent »**
  - bien définir la spécificité de chaque évènement,
  - renforcer nos réseaux internationaux et les sensibiliser à l'intérêt de ce secteur d'activité,
  - pratiquer un lobbying permanent à travers le monde et entretenir une « certaine image de la France »,
  - préparer certains sportifs, emblématiques à porter des candidatures,
  - former certains responsables du mouvement sportif à l'action internationale,
  - enfin, gérer la liste des grands évènements internationaux et l'état des candidatures du monde entier.

### **3 - Créer une Agence Nationale des Grands Evènements**

Il s'agit d'une structure légère à vocation entrepreneuriale, prenant la forme d'un GIE, rassemblant les collectivités publiques, et des entreprises privées concernées par le développement des grands évènements.

Elle aurait en charge de mettre en œuvre ou de faciliter l'ensemble des préconisations précédentes, et notamment de :

- définir une stratégie globale et établir des relations avec les décideurs publics et privés afin de mettre en œuvre une véritable politique d'évènements pour la France et ses territoires,
- sélectionner de nouvelles « cibles » à capter dans tous les secteurs,
- susciter de nouvelles créations dans des secteurs stratégiques,
- faciliter la tâche des organisateurs,
- ...

**Les enjeux sont clairs :** la mise en place d'une politique cohérente de captation et d'organisation des grands évènements contribuerait à la croissance de notre économie, serait un levier de relance dans la conjoncture difficile que nous traversons et serait un facteur de cohésion sociale réel.

**Les atouts existent :** le savoir-faire de nos entreprises, la créativité reconnue de notre « ingénierie culturelle », la force d'attraction de notre territoire, la disponibilité et le tissu économique nécessaires pour soutenir des candidatures et des projets sont quelques unes de nos forces.

**Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles**

**75015 Paris**

[www.tourismes.info](http://www.tourismes.info)

**Les faiblesses sont connues :** la faible implication de trop nombreux décideurs, l'inadaptation d'une partie de nos représentants aux règles de compétition internationale, le retard pris dans la création et la modernisation de grands équipements, le faible investissement intellectuel et financier comparativement à nos concurrents étrangers nous handicapent.

**La volonté doit s'exprimer et se matérialiser.** Il s'agit, avant tout, de favoriser une prise de conscience, de créer un état d'esprit, de susciter un élan et de passer à l'action.

## **2) Thierry HESSE**

Le Mondial de l'Automobile continue à montrer et accompagner les grandes mutations de l'automobile, en particulier dans les domaines de la sécurité, des nouvelles énergies et de l'environnement dans les nouveaux comportements industriels et consommateurs.

En dépit des déplacements des productions et marchés automobile vers des pays émergents, il confirme son attrait et conforte sa place de 1er Salon du Monde.

Près d'1,5 millions de visiteurs, 13 000 journalistes accrédités venant de 100 pays, 80 Premières Mondiales en 2008 prouvent que ce n'est plus seulement un lieu où l'on passe des commandes, mais bien la vitrine technologique où tous les constructeurs exposent leur savoir-faire.

Le Mondial de l'Automobile, comme ses ancêtres " l'Exposition Internationale de l'Automobile du Cycle et des Sports ", puis le Salon de l'Auto, demeure le rendez-vous incontournable de tous les professionnels de l'industrie automobile mondiale.

**Pour 2008, nouveau thème avec une orientation grand public affirmée : les Taxis du Monde.**

56% des français et 32% des étrangers, soit une moyenne de 44%, déclarent avoir visité l'Exposition Spéciale des Taxis du Monde. Soit 630 507 des 1 432 972 visiteurs du salon. 19% avaient l'intention de la visiter en arrivant, soit 272 264. Pour l'indice de satisfaction, l'Exposition Spéciale arrive après les voitures particulières en 2ème position ex-æquo avec les énergies alternatives, à 5% de ce qui a donc le plus intéressé 71 648 visiteurs.

Ces résultats confortent le statut de produit image et animation des expositions spéciales pour le Mondial de l'Automobile.

**Pour 2010, le thème retenu est l'Incroyable Collection 2 : collections et musées de constructeurs automobile.**

## **3) Renaud HAMAIDE**

**Viparis est le gestionnaire des dix principaux centres de congrès et lieux d'exposition/événements/spectacles de Paris-Ile-de-France :**

- Carrousel du Louvre,
- Cnit Paris La Défense,
- Espace Champerret,
- Espace Grande Arche,
- Palais des Congrès de Paris,
- Palais des Congrès d'Issy,
- Palais des Congrès de Versailles,
- Paris Le Bourget,
- Paris Nord Villepinte,
- Paris Porte de Versailles.

**Viparis accueille salons, spectacles, congrès et événements d'entreprises, pour le grand public et les professionnels de tous les secteurs.**

**Viparis accueille chaque année...**

- 330 salons,
- plus de 100 représentations de spectacles,
- 150 congrès et 620 événements d'entreprise,
- et plus de 11 millions de visiteurs !

**Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles**

**75015 Paris**

[www.tourismes.info](http://www.tourismes.info)

#### 4) François CANGARDEL

##### Les services d'accueil évènementiel

Visibilité et organisation sont les clés du succès des manifestations telles que salons, foires, congrès ou séminaires. A partir de ces critères, Aéroports de Paris, qui accueille chaque année plus de 80 millions de passagers, a créé les services d'accueil évènementiel afin d'apporter des avantages décisifs.

Conçus pour faciliter l'accueil et l'accompagnement des visiteurs dans l'aéroport, les dispositifs proposés sont modulables et complémentaires. Ils permettent de construire, en amont de la manifestation, un véritable parcours d'accueil, à la carte et à l'image de l'évènement.

##### Plus de visibilité

- Réserver un accueil personnalisé aux visiteurs dès leur descente d'avion avec un pavoisement de bienvenue aux couleurs de l'évènement.
- Faciliter ensuite leur parcours dans l'enceinte de l'aéroport avec des supports de communication à l'image de l'entreprise.
- Donner une audience maximale à la manifestation en profitant des services télévisuels AEO.

##### Plus de convivialité

- Utiliser des comptoirs mobiles pour recevoir les visiteurs, leur apporter des renseignements, leur remettre un badge, un plan, ou tout autre document relatif à l'évènement.
- Offrir aux invités de marque un accompagnement haut de gamme en faisant appel aux services VIP.

##### Plus d'accessibilité

- Faciliter le transfert des visiteurs en profitant des espaces réservés et services de stationnement spécialement conçus pour simplifier la logistique de transport.

#### 5) Olivier ROUX

##### Organisation d'évènements : donner du sens à l'évènementiel

##### Une stratégie qui repose sur 3 axes

La stratégie de croissance repose sur trois axes pour intégrer l'ensemble des métiers liés à la réussite des évènements professionnels et grand public : salons et expositions, foires, congrès...

- Créer/dupliquer des salons propriétaires, notamment dans les espaces évènementiels gérés par le Groupe.
- Développer son offre d'évènements corporate auprès des grands comptes internationaux.
- Renforcer sa présence sur les congrès, conventions, incentives.

GL events donne du sens à l'évènementiel grâce à l'expertise qu'il possède à tous les maillons de la chaîne évènementielle : conception, élaboration du cahier des charges, coordination générale, communication sur l'évènement... La maîtrise globale des compétences permet au Groupe d'apporter des conseils à forte valeur ajoutée.

##### Un portefeuille de 250 salons propriétaires

GL events possède désormais un portefeuille de 250 salons professionnels et grand public réparti dans une douzaine de secteur d'activité : alimentation, sports et loisirs, santé, habitat, commerce, horlogerie, mode...

Cette segmentation équilibrée se double d'une répartition géographique qui épouse le déploiement international du Groupe et va ainsi de l'Amérique latine à l'Asie en passant par l'Europe.

##### Gestion d'espaces : un réseau en expansion

GL events, opérateur de **34 sites**, soit de plus d'un million de m<sup>2</sup>, est présent dans la gestion de quatre types d'espaces : parcs d'expositions, palais des congrès, salles de spectacles et espaces réceptifs. Autant d'espaces qui permettent de répondre aux besoins des organisateurs du marché.

La gestion de ces sites s'opère généralement par le biais de concessions de longue durée du type DSP (Délégation de Service Public). Les DSP ont introduit une nouvelle approche de partenariat public-privé.

Pour GL events, il ne s'agit pas simplement de prendre en charge la commercialisation, l'animation, l'entretien et la mise en valeur d'un lieu. La mission confiée par une collectivité dans ce cadre-là englobe, en effet, les notions d'intérêt général à travers des objectifs précis :

- Développer les retombées économiques et les emplois induits.
- Assurer et développer une animation socio-économique et culturelle des villes ou régions.

**Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles**

**75015 Paris**

[www.tourismes.info](http://www.tourismes.info)

- Transformer les infrastructures pour qu'elles soient une vitrine de la vitalité économique et culturelle, mais aussi une référence en matière d'accueil.
- Veiller à protéger et à valoriser le patrimoine bâti, pour permettre à la collectivité de pérenniser ses actifs immobiliers.

### **34 espaces évènementiels**

**En France** : Lyon, Paris, Saint-Etienne, Roanne, Clermont-Ferrand, Nice, Toulouse, Vannes, Metz, Troyes, Amiens.

**En Europe** : Barcelone, Bruxelles, Budapest, Londres, Padoue, Turin, La Haye.

**Hors Europe** : Rio de Janeiro, Curitiba, Shanghai, New York et Istanbul.

**La mise en réseau de ces nombreux espaces permet au Groupe GL events d'offrir aux clients la possibilité de décliner leurs opérations dans le monde entier.**

### **Services aux évènements : une offre globale nationale et internationale**

La capacité d'identifier la complexité d'un événement illustre les compétences des équipes de GL events. Pour répondre aux besoins des organisateurs, notamment ceux des grands événements mondiaux, le Groupe met ainsi en place - au-delà de l'offre technique - une conception globale du projet qui intègre la sécurité, le respect des normes, les délais, les coûts, l'exclusivité du design, la gestion de la sous-traitance et le reporting financier.

Le Groupe peut s'appuyer sur son expertise et ses références acquises lors des grandes rencontres mondiales sportives et sa collaboration avec les différentes instances internationales.

### **Une offre complète unique**

Partenaire-conseil des organisateurs de manifestations, GL events affirme sa différence sur un marché où la concurrence demeure fragmentée. Le Groupe maîtrise ainsi la quasi-totalité des étapes nécessaires au développement d'un événement, de la conception à la logistique et à la gestion des délais.

### **Services pour salons, congrès et évènements**

**L'installation générale** : organisation complète de l'espace d'accueil (espaces, réseaux, structures, gestion de flux, audiovisuel).

**La création d'espaces** : conception, mise en volume, mobilier, décoration des espaces en fonction de leur destination, accueil, espaces détente, espaces professionnels, forums, restaurants, espaces VIP...

**La signalétique** : marquage directionnel, plans des salons, signalisation des espaces, programme des manifestations, sécurité.

**Les stands** : stands traditionnels, stands pliables, stands modulaires.

**Les structures temporaires** : tentes et structures extérieures (sur un ou plusieurs niveaux) destinées aux événements de toute taille.

**Le mobilier** : location de meubles, de vitrines et d'accessoires. Le Groupe dispose d'un parc de 300 000 produits en stock, représentant plus de 1 000 références.

**Les gradins et tribunes** : temporaires ou permanents, intérieurs ou extérieurs de toute dimension. Ils sont systématiquement vérifiés par un organisme extérieur indépendant avant livraison.

**L'audiovisuel** : vidéo-projection, plateaux TV, l'installation et la configuration d'ordinateurs, écrans plasma, de murs d'images...

**La sonorisation et l'interprétation simultanée** : captation, amplification, mixage, diffusion...

**L'éclairage** : distribution électrique, éclairage traditionnel, scénique, mis en lumière de stands et d'espaces (presse, VIP, restauration...).

**Le chauffage et la climatisation** : destinés à des bâtiments permanents ou à des structures temporaires.

**L'accueil** : hôtesses d'accueil bilingues ou trilingues.

**Les bâtiments démontables** : numéro 1 européen de l'architecture temporaire, GL events a développé une gamme de produits à charpente aluminium avec couverture en membrane PVC dont les résistances neige et vent sont comparables aux bâtiments traditionnels.

### **En 2009, les Services ont représenté :**

- 4 000 événements
- 1 962 collaborateurs
- 36 domaines de compétence
- 300 000 produits en stock (plus de 1 000 références)

**Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles**

**75015 Paris**

[www.tourismes.info](http://www.tourismes.info)

**6) Philippe MAUD'HUI****Les membres de France Meetings and Convention Board**

Le France Meetings and Convention Board, sous l'égide d'Atout France, rassemble 127 acteurs de la « meeting industry » française. Ils se répartissent en 5 catégories :

- Offices de tourisme/Convention Bureau
- Palais des Congrès/Lieux pour évènements
- Hôtels
- DMC/PCO
- Divers

**Autres partenaires**

- AFII Agence Française pour les Investissements Internationaux
- Bedouk Meetings and Events Media
- Foires, Salons et Congrès de France
- France Congrès
- Promosalons
- Sopexa
- UBIFRANCE Agence française pour le développement international des entreprises

**7) Mercedes ERRA****Women's Forum**

Le Women's Forum for the Economy and Society est un lieu de débat, de partage, de réflexion et d'action qui donne la parole aux femmes sur tous les grands enjeux, actuels et futurs, de nos sociétés. Parce que les opinions, les idées des femmes et leurs solutions sont complémentaires de celles des hommes et doivent y être associées, l'expression de leur point de vue peut et doit contribuer à la définition de grandes voies d'amélioration, pour le monde de demain.

C'est une tribune d'expression, un lieu de réflexion et d'échange pour les femmes et les hommes, de toutes générations et de tout horizon. Ce Forum, apolitique et indépendant, est sous-tendu par une ambition : promouvoir la vision des femmes sur les sujets économiques et sociétaux qui sont au cœur des préoccupations de notre époque.

Les objectifs sont triples :

- donner une tribune d'expression et une visibilité accrue aux femmes, d'origines et de compétences diverses,
- fédérer un réseau mondial permettant d'accroître leur impact et de faciliter l'échange de leurs idées,
- promouvoir des actions concrètes et continues pour des résultats tangibles grâce aux ressources du Forum (création d'un Observatoire, lancement d'une enquête...).

Le Women's Forum for the Economy and Society s'articule autour d'une Conférence Annuelle et d'actions pérennes.

**8) Philippe LEBEAU****Le projet Annecy 2018****Un grand projet au service de l'idéal olympique**

Annecy et Savoie Mont-Blanc portent la candidature de la France pour l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver de 2018.

Annecy 2018, c'est la promesse d'un rendez-vous exceptionnel au cœur des montagnes, entre les neiges éternelles du Mont Blanc et le lac le plus pur d'Europe.

Parce que tout commence par l'essentiel, nous offrons les éléments à la fois les plus précieux et les plus simples pour des Jeux d'hiver : notre neige et notre glace, qui au fil des millénaires ont forgé l'identité de notre territoire, son histoire, sa culture, son tempérament...

Conçu pour les sportifs, construit et porté par de grands champions, le projet Annecy 2018 est guidé par l'ambition de servir l'idéal olympique et d'en promouvoir durablement les valeurs.

Nous voulons des Jeux de l'excellence sportive, économique et environnementale, fondés sur quatre piliers :

- les meilleures conditions d'accueil pour tous les athlètes afin d'optimiser leurs performances ;

**Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles**

**75015 Paris**

[www.tourismes.info](http://www.tourismes.info)

- un vaste et innovant programme de développement durable du territoire pour ouvrir la voie vers la montagne du 21ème siècle ;
- un héritage fort pour la jeunesse et la famille olympique ;
- le désir de contribuer au rayonnement mondial des Jeux Olympiques et Paralympiques.

C'est tout un territoire, tout un pays, qui vibrent pour cette candidature et qui s'offrent à l'idéal olympique. Avec une formidable envie d'offrir au sport et au monde entier le plus beau des spectacles...

## **9) Hugues de CIBON**

### **Marseille Provence 2013, capitale européenne de la culture**

**Les « Ateliers de l'Euroméditerranée » pour affirmer et développer la dimension Nord-Sud des échanges, des rencontres des créateurs, de leurs projets et de leurs œuvres.**

La force de ce concept tient à la conjonction :

- de la vocation euroméditerranéenne historique de Marseille,
- de sa volonté d'offrir un apport durable à la mise en œuvre du processus de Barcelone de 1995 récemment actualisé et des priorités du programme « culture 2007-2013 » de la commission de l'Union : dialogue interculturel, aide à la création, mobilité des œuvres et des artistes.

Son originalité est celle de la création progressive et durable de 200 à 250 ateliers au sein des associations, des entreprises, des laboratoires, des écoles et des institutions culturelles du territoire de Marseille-Provence.

Certains projets participatifs relevant d'un niveau professionnel suffisant pourront être intégrés dans les « Ateliers de l'Euroméditerranée », y compris en faisant l'objet d'une présentation publique dans le cadre du festival InterMed.

Le concept des « Ateliers de l'Euroméditerranée » garantit la pérennité, au-delà de 2013, des réalisations engagées dès 2008. Il rassemble une majeure partie des acteurs culturels, éducatifs, scientifiques et économiques du territoire et, à travers eux, la population des élèves, des chercheurs, des personnels des entreprises.

Sa réalisation constituera une expérience sans équivalent en Europe, susceptible d'inspirer d'autres initiatives comparables.

## **10) Philippe AUGIER**

### **Festival du Cinéma Américain de Deauville. Festival ouvert à tous**

Depuis sa création en 1975, le Festival du Cinéma Américain de Deauville met en avant la diversité cinématographique des Etats-Unis : cinéma Hollywoodien ou indépendant, et ne cesse de découvrir de nouveaux talents qu'ils s'agissent d'acteurs ou réalisateurs. La 36ème édition se tiendra du vendredi 3 au dimanche 12 septembre 2010. Plus de 100 films seront présentés au public sur trois sites : le Centre International de Deauville, le Casino Lucien Barrière de Deauville et le Cinéma le Morny.

Le Festival est un évènement ouvert à tous, professionnels ou passionnés de cinéma. Cinéma, stars, l'Amérique est là, à Deauville, sur les Planches et au CID.

**Espace 2000 (niveau I du Pavillon I)  
Parc des expositions de la Porte de Versailles  
1 place de la Porte de Versailles**

**75015 Paris**