



U.M.I.H.

2008-2012

Les défis de l'avenir ...



Geneviève ROY



Jean-Marie ATTARD



et une équipe ...

Développer

page 4

Agir

page 8

Organiser

page 13

Financer

page 16

Communiquer

page 17

Engagements

page 18

SOMMAIRE

Introduction : Rappel des forces et des faiblesses du secteur de l'Industrie Touristique

A/ DEVELOPPER :

- Nouveaux marchés
- Marchés traditionnels
- Attractivité du territoire
- Développement durable
- Equilibre alimentaire

B/ AGIR :

1. l'entreprise et son développement :
 - Concurrence loyale
 - Aides au financement
 - Transmettre nos établissements
2. l'entreprise et ses hommes :
 - Emploi
 - Formation
 - Attractivité des métiers
3. l'entreprise, ses risques et ses contraintes :
 - Textes législatifs, réglementaires, directives européennes
 - Cellule de veille

C/ ORGANISER :

- Gouvernance confédérale, des branches, des régions, importance des départements
- Organisation des services, rénovation des locaux

D/ FINANCER :

- Cotisations, partenariats, subventions
- Allocation confédérale

E/ COMMUNIQUER :

- Communication interne
- Coordination commune entre tous les acteurs du tourisme

F/ ENGAGEMENTS, Curriculum vitae

- Geneviève ROY
- Jean-Marie ATTARD

Avant tout, rappelons quelques chiffres :

Un secteur en plein essor ...

- 82 millions de touristes accueillis (898 millions dans le monde) en 2007,
- 106 millions de touristes à l'horizon 2020,
- 850 000 personnes (dont plus de 610 000 salariés et 240 000 saisonniers),
- 200 000 entreprises, dont 93% ont moins de 10 salariés,
- 110 milliards d'euros de consommation touristique,

Mais menacé ...

La France perd des parts de marché. Nos concurrents ne sont pas français mais européens ou internationaux: Barcelone, Berlin, Dubrovnik, Shanghai, Dubaï Dès 2014, la Chine devrait être la première destination mondiale.

Et pourtant la France a des atouts pour demeurer une destination majeure ...

- une tradition culinaire reconnue internationalement,
- un art, une douceur de vivre,
- un maillage territorial de nos entreprises,
- une diversité de ses destinations (culturelles, sportives, festivals, musicales...),
- une situation géographique centrale,
- un réseau de transport développé,

Le secteur CHRD est un maillon incontournable de la chaîne de l'industrie touristique qui garantit la croissance de l'économie française et par conséquent l'emploi.

Chacun de vous a sa place, sa part de responsabilité, qu'il soit restaurateur, hôtelier, cafetier ou discothécaire, rural ou urbain, village ou grande ville, petite ou plus grande entreprise, permanent ou saisonnier.

Soyons les meilleurs. Valorisons nos atouts, repérons nos faiblesses pour mieux les corriger.

AGISSONS ENSEMBLE et COMMUNIQUONS D'UNE SEULE VOIX.

C'est le projet, la vision que mon équipe et moi-même souhaitons vous faire partager si vous nous faites confiance le 15 septembre 2008.

Nous serons à votre écoute. Nous ne voulons pas présenter une équipe figée mais bien au contraire, L'OUVRIR A TOUS ceux qui voudront nous rejoindre pour travailler et construire l'avenir.

Le monde bouge. Soyons acteurs de notre avenir

Rejoignez-Nous ...

Pour être utiles à toutes les entreprises et surtout aux plus petites, aux plus isolées,

Travaillons deux grandes thématiques :

- **DEVELOPPER** l'activité économique
- **AGIR** auprès de toutes les instances compétentes

**Pour résoudre deux priorités :
l'emploi et la transmission**

Pour s'inscrire dans la dynamique de sa ville, de sa région, chaque chef d'entreprise doit analyser son activité, mesurer ses potentialités avec une préoccupation : répondre aux nouvelles attentes du consommateur.

I/ LES NOUVEAUX MARCHES :

- **Les technologies de l'information :**

Nos clients utilisent massivement le e-commerce et parmi celui-ci, le tourisme en ligne. Cela se traduit par une croissance à un rythme élevé : autour de 45 à 50% par an depuis plusieurs années. Sept touristes sur dix choisissent sur la « toile internet » leur destination, leur hébergement, leur restauration, leurs excursions.

L'Internet mobile (utilisation des services d'Internet via le téléphone mobile) en est à ses balbutiements mais s'annonce en très forte croissance. Nos établissements doivent bénéficier du développement des services de « géo-positionnement » et de guidage.

L'outil internet est une vitrine extraordinaire pour nos entreprises. Il est une chance, une planche de salut pour les plus petites, les plus isolées de présenter leurs offres à des internautes de tous horizons (pour un coût très modéré) et d'accéder à un marché jusqu'alors inaccessible. Le réseau rapproche les territoires. Il assure la proximité.

N'hésitons pas à l'utiliser quelle que soit notre activité. Pour beaucoup d'entre nous, cela reste une source inexploitée de développement de chiffre d'affaires. Ne pas figurer sur ces services sera une erreur.

Notre équipe sensibilisera *tous les professionnels pour faire connaître notamment les modules de formations (« passeport numérique » qui permet d'acheter à moindre coût des matériels), la création et la gestion de site internet individuel, les logiciels (gestion comptable, gestion des fichiers clients pour assurer la prospection...) mais aussi les innovations et leurs applications.*

- **Les services aux entreprises et aux personnes :**

Les consommateurs souhaitent de plus en plus faire appel à des professionnels pour préparer des réceptions à leur domicile. Pourquoi sommes-nous absents de ce marché alors qu'il est notre cœur de métier ? **Offrir des plateaux repas, un « chef à domicile », comment accepter les Chèques Emploi Service Universel sont des pistes d'action que nous devons, ensemble explorer.** D'autant que ces services répondent à une attente **du marché en pleine expansion des seniors.**

- **l'accès des petites entreprises aux marchés publics :**

La lourdeur des procédures de marchés publics interdit aux petites entreprises d'accéder à ces marchés. La réforme est en cours (small business act). Nous encourageons cette démarche et nous participerons à sa mise en application.

- **L'innovation dans nos offres :**

Etonnons nos clients. Offrons leur ce qu'ils n'ont pas encore chez eux. Soyons novateurs dans nos offres. Créons des ambiances et des concepts. Suscitons leur curiosité pour créer la fidélisation. Exemples : domotique, personnalisation de l'accueil prenant en compte leurs habitudes...

II/ LES MARCHES TRADITIONNELS :

Il convient par ailleurs de maintenir et développer nos actions dans les domaines traditionnels où nous sommes déjà très actifs : tourisme d'affaires, tourisme industriel, tourisme découverte, tourisme fluvial, tourisme vert...

Exemples :

Toutes les grandes métropoles régionales (LYON, MARSEILLE, STRASBOURG, NICE, LILLE, NANTES, ORLEANS, BORDEAUX, etc...) prennent une place significative dans le tourisme d'affaires et viennent compléter l'offre de la région capitale. L'offre internationale de la France en est, de ce fait, conforter face à la concurrence grandissante de BERLIN, BARCELONE, MILAN.

III/ L'ATTRACTIVITE DE LA FRANCE ET DE SES TERRITOIRES :

La qualité de l'accueil est souvent mentionnée comme un point devant être amélioré. **Redonnons du sens au mot hospitalité. SOYONS ambitieux.**

Nos métiers sont complémentaires. Nous devons montrer au monde une image de pays accueillant, professionnel, de qualité. Chaque maillon a sa part de travail.

Cessons ces querelles stériles entre nos métiers, nos origines géographiques, nos types d'exploitation, etc.... L'enjeu est trop important. Nous ne réussirons pas les uns contre les autres, les uns sans les autres mais ensemble.

Soyons force de propositions, de pressions auprès des Pouvoirs Publics, Ministères, mais aussi auprès de la Maison de la France, des Comités Régionaux de Tourisme, des Offices de Tourisme, des Chambres de Commerce et d'Industrie, des Chambres de Métiers pour initier, participer, promouvoir les initiatives.

IV/ LE DEVELOPPEMENT DURABLE :

Désormais, chaque individu a pris conscience que le développement durable est une responsabilité collective et en tient compte dans son comportement de consommation.

De fait, la filière tourisme est concernée dans tout son ensemble.

Il ne s'agit pas seulement d'un marché réservé à une élite mais bien de l'évolution d'un secteur économique majeur.

Notre Union doit donner un signal fort de la prise de conscience de la nécessité de changer.

Les domaines où nous pouvons sensibiliser les entreprises sont nombreux :

- S'approvisionner sur les marchés de proximité,
- Eviter tous les gaspillages (eau, énergies)
- Mettre en place les énergies renouvelables,
- Limiter à la source les déchets, optimiser en fonction les systèmes de collectes,
- Contrôler l'utilisation des produits toxiques,
- Construire, rénover nos bâtiments aux normes Haute Qualité Environnementale.....

Forts de l'expérience du label « clef verte », il convient maintenant de poursuivre la sensibilisation de toutes les branches. Nous devons travailler en partenariat avec les Pouvoirs Publics, les industriels et tous les professionnels concernés. **Un membre du Directoire sera chargé du Développement Durable.**

Certaines actions simples, peu coûteuses, sont de nature à limiter les effets négatifs de nos exploitations. D'autres demanderont des investissements plus importants d'étude de faisabilité, d'aménagement.

Les aides négociées au niveau national, européen puis déclinées régionalement aideront les entreprises à se moderniser. OBTENONS DES AIDES A L'INVESTISSEMENT.

**Au-delà de la simple sensibilisation des chefs d'entreprise,
Engageons-nous sur des objectifs précis, CHIFFRES DONC VERIFIABLES.**

La réussite de cet objectif passe naturellement par la formation qu'elle soit initiale ou continue.

Nous ne ferons rien sans l'engagement de tous. Mieux informés, mieux formés, chacun de nous qu'il soit chef d'entreprise ou non accentuera le lien entre ses actes et leurs conséquences.

Nous avons des leviers qui peuvent, pour certains, être activés très rapidement :

- Présente dans la 17^e Commission Professionnelle Consultative (CPC), notre Union introduira dans les programmes de formation les notions de développement durable,
- A travers la mise en place des stages de Promotions Professionnelles et Sociales (PPS) du FAFIH
- Créons une Certification de Qualification Professionnelle aux métiers liés au Développement Durable
- Répercussions (à plus long terme) de ces exigences dans la Validation des Acquis de l'Expérience.

V / L'EQUILIBRE ALIMENTAIRE :

Les consommateurs manifestent une forte attente. Ils sont de plus en plus sensibles à leur sécurité, à leur santé et à leur bien-être.

Nos clients plébiscitent la **QUALITE du PRODUIT** comme élément essentiel de leur choix de consommation. **Ils sont en recherche d'authenticité et de sincérité.** Répondons positivement à leur demande.

De plus, la promotion de nos terroirs, de leurs productions participe à l'aménagement du territoire et à son développement économique. **Conservons le savoir produire, le savoir faire régional, le talent de nos professionnels,** seuls garants de notre maillage territorial et de notre renommée internationale.

Montrons l'exemple dans la gestion quotidienne des entreprises en mettant en place ces pratiques vertueuses pour les clients mais aussi auprès des salariés, des apprentis (cuisiner léger, éviter les gaspillages, etc...)

Notre environnement est en pleine mutation. Agissons auprès de toutes les instances compétentes.

Le champ d'intervention de notre Union est vaste mais nous pourrions les classer en trois grands groupes :

I/ L'ENTREPRISE et SON DEVELOPPEMENT :

• UNE CONCURRENCE LOYALE :

La chaîne du tourisme est forgée de nombreux maillons. Nous ne nous opposons pas aux autres opérateurs. Ils existent et nous les respectons mais **l'ETAT doit être le garant d'une concurrence loyale entre nous. Nous ne pouvons accepter que les règles ne soient pas les mêmes pour tous sans réagir avec force et détermination.**

Quel que soit le métier exercé, les exemples sont nombreux, parmi eux :

- le taux réduit de TVA, revendication de longue date, toujours promise, pas encore obtenue. Il s'agit d'une exigence légitime d'équité fiscale.
- l'exploitation non déclarée des chambres d'hôtes, des tables d'hôtes,
- les vendeurs à la sauvette,
- les repas d'associations,
- la lutte contre le travail dissimulé,
- l'harmonisation nationale des règles d'ouverture et de fermeture de discothèques...

ENSEMBLE, notre détermination sera sans faille.

• L'AIDE AU FINANCEMENT:

La mise en conformité aux nouvelles réglementations représente une charge financière importante pour nos professionnels. Pour nos saisonniers, elle est encore plus lourde car à répartir sur une durée d'exploitation plus courte.

- **En 2015, TOUS nos établissements devront être aux normes d'accessibilités aux handicapés,**
- **Les nouvelles règles liées au Grenelle de l'environnement génèrent des contraintes pour la rénovation et la construction de nos bâtis,**
- **La mise en œuvre nécessaire et souhaitée des normes de classification de tous les hébergements...**

Avant d'être des gains, ce sont des coûts que nous ne pourrions pas financer sans avoir obtenu des aides à l'investissement.

Négocions des accords cadres nationaux avec la Caisse des Dépôts et Consignation et OSEO que nous pourrions décliner régionalement.

AIDER AUX FINANCEMENTS de la MISE EN CONFORMITE

• LA TRANSMISSION :

La transmission est un enjeu de société en termes d'aménagement du territoire, de lien social, du maintien de l'activité économique donc de l'emploi. De plus, l'entreprise constitue bien souvent la retraite du cédant.

Transmettre se prépare. Pour céder dans de bonnes conditions, il est préférable que la situation financière, réglementaire, juridique, fiscale, patrimoniale soit la meilleure possible. Prévoir des délais pour régler ces problématiques est un gage de réussite. Formons, sensibilisons les cédants, les repreneurs à ces aspects.

Participons, créons une bourse de nos affaires à céder. L'outil internet nous sera précieux.

Il est reconnu qu'un entrepreneur « suivi, aidé » voit ses chances de réussite augmenter pour réussir son projet.

Instaurons une solidarité intergénérationnelle, jeunes retraités auprès de jeunes repreneurs.

Par ailleurs, les contraintes fiscales ne doivent pas être un frein à la transmission de l'entreprise. Poursuivons et amplifions les réformes fiscales. Le succès des transmissions en dépend.

LE SUCCES DES TRANSMISSIONS EST UNE PRIORITE DE NOTRE PROGRAMME.

II/ L'ENTREPRISE et SES HOMMES :

• L'EMPLOI :

Les chantiers en cours sont :

- les travaux sur la pénibilité au travail suscitent de nombreuses interrogations et inquiétudes,
- les conditions de travail dans les petites entreprises,
- l'indemnisation des chômeurs et notamment celle de nos saisonniers,
- l'égalité professionnelle hommes/femmes,
- la lutte contre la discrimination,
- la sécurisation des parcours professionnels,
- la formation professionnelle : développer la qualification via la formation en alternance,
- l'insertion des travailleurs handicapés,
- l'emploi des seniors,
- la gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences,
- la représentativité des syndicats,
- l'examen des aides aux entreprises pour les réduire demandé dans la Revue Générale des Politiques Publiques (RGPP).

Tous ces projets nous concernent. Certains sont élaborés avec l'interprofession MEDEF et CGPME, d'autres à BRUXELLES. SOYONS PRESENTS et ACTIFS dans ces INSTANCES.

Exemple : La gestion du bon geste, du bon emplacement dans les espaces d'évolution de nos métiers est un facteur de moindre pénibilité. Poursuivons le travail engagé entre l' U.M.I.H., la Caisse Nationale d' Assurance Maladie et la Direction du Travail.

Depuis 2003, à notre initiative, dans le cadre de la commission sociale de l'UMIH, nous discutons ensemble des problématiques de chacun des métiers et travaillons à l'élaboration des textes adaptés à notre branche avant approbation par le conseil d'administration et le congrès. La signature des accords 2004 puis 2007 est la conséquence d'un travail d'équipe exemplaire.

Agir en amont de l'adoption des textes est plus qu'important.

POURSUIVRE LE DIALOGUE SOCIAL EST INCONTOURNABLE

• LA FORMATION :

La formation est un enjeu stratégique, qu'elle soit initiale ou continue. **LA FORMATION DE TOUS EST UNE OBLIGATION.**

De nombreux professionnels s'investissent dans la conception et la mise en œuvre des programmes de l'Education Nationale. Rappelons notre volonté d'inscrire dans les modules de formation les notions de Développement Durable et d'équilibre alimentaire que nous avons évoquées précédemment.

De même, nous serons acteurs de la réforme de la formation, actuellement en cours.

Les petites entreprises rencontrent des difficultés pour envoyer leur(s) salarié (s) en formation.

Il faut repérer les freins et les lever. Nous aiderons la commission FORMATION à poursuivre son travail.

Constitué de tous les acteurs de notre environnement professionnel, notre organisme de formation, UMIH FORMATION, est un levier puissant pour améliorer la formation de tous.

Nous devons travailler à mettre en commun nos expériences et à modéliser nos actions afin de les partager entre départements ou régions.

Exemples :

- Le succès du permis d'exploitation est la preuve que les professionnels concernés ont pris conscience de la nécessité de se former pour être plus efficaces, encore plus professionnels, plus responsables donc plus respectés.
- Fédérer et mettre en commun l'expérience des conseillers de l'enseignement technologique.
- Le Certificat de Qualification Professionnelle d'Officier de Cuisine qui a recueilli un accueil favorable à la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi de l'Industrie Hôtelière

**QUALIFIES OU DIPLOMES, TOUS NOS COLLABORATEURS,
A TOUS LES NIVEAUX DE LA HIERARCHIE
DOIVENT AVOIR UN STATUT, UNE RECONNAISSANCE.**

• L'ATTRACTIVITE DES METIERS :

La concurrence est forte avec d'autres filières au moment où les jeunes, avec leurs parents, choisissent un métier.

Il est difficile d'être attractif pour nos métiers de passion et d'engagement dans une société désormais tournée vers les loisirs. Nous devons y réfléchir, être pédagogues pour expliquer nos contraintes.

Etre cuisinier est un métier où l'on crée tous les jours, servir ne veut pas dire être servile, accueillir est un vrai métier. Tous nos métiers demandent une qualification. **Soyons en fiers et faisons le savoir. Soyons positifs quand nous en parlons.**

Tout est possible : Ils permettent de voyager à travers le monde, d'offrir du rêve ou rester plus sédentaire, être salarié ou être son propre patron. L'évolution de carrière est possible et plus rapide qu'ailleurs. Quelle autre profession permet de telles possibilités ?

Exemples :

- une campagne plus proche des jeunes, mettant en scène nos jeunes apprentis ou salariés s'adressant aux jeunes, valorisant les « success stories ». Les jeunes sont notre cible. Adressons nous à eux via les jeunes, via les médias qu'ils utilisent,
- sensibiliser à l'accueil de nos collaborateurs.

FAVORISER L'EMPLOI DANS NOTRE SECTEUR D'ACTIVITE EST UNE AUTRE PRIORITE DE NOTRE PROGRAMME.

III/ L'ENTREPRISE, SES RISQUES ET SES CONTRAINTES :

Citons :

- la traçabilité des aliments,
- la réforme du code de la santé,
- la législation anti-tabac,
- la réforme de la fiscalité notamment pour nos petites entreprises (négociation des forfaits)
- les normes de sécurité, d'accessibilité,
- les normes environnementales de construction,
- la responsabilité civile en cas d'incident dans nos établissements, dans nos parkings, nos vestiaires ...

Soyons vigilants, à l'**interprofession**, à **PARIS**, à **BRUXELLES** pour ne pas nous voir imposer de nouvelles réglementations sans concertation. **Une cellule de veille propre à l'U.M.I.H.** sera mise en place pour repérer les éventuels projets.

Exemples :

- dès 2006, le Conseil de la Concurrence s'est déclaré favorable au développement d'actions de groupe de consommateurs (« class action »),
- BRUXELLES envisage la mise en place de nouvelles normes de sécurité incendie calquées sur les normes américaines (« euro class »)

Intervenir EN AMONT, une nécessité.

Tout d'abord, acceptons le lobbying comme un moyen de pression respectable sans aucune arrière pensée péjorative.

La division de nos représentations nous affaiblit.

Nous sommes capables d'exercer un lobbying puissant et PARLER d'UNE SEULE VOIX pour être entendus et pas seulement écoutés.

Pour atteindre ces deux objectifs, l'U.M.I.H. doit définir les moyens qu'elle met en œuvre pour les atteindre en termes d'organisation, de financement et de communication.

Selon le sujet abordé, nos interlocuteurs sont à la fois nationaux et européens, régionaux et départementaux. Force est de constater que notre organisation ne répond plus à ce découpage. Il nous faut donc l'adapter.

I/ LES DEPARTEMENTS :

Les départements portent notre représentativité, notre légitimité. L'Union repose sur eux. Se regroupant en région, les départements acquièrent encore plus de force face à la région administrative. Interlocuteurs privilégiés des maires, des services de l'Etat, les présidents départementaux sont les garants de la proximité avec les adhérents. Leur rôle est essentiel. Il n'est pas question de les remettre en cause. Leur engagement quotidien doit être salué.

Etre plus efficaces, mieux reconnus à tous les échelons augmente la crédibilité des syndicats départementaux auprès des professionnels et renforcent l'UNION.

II/ LES REGIONS :

Il est de notre responsabilité d'anticiper, de préparer notre Union à s'adapter aux évolutions des échelons administratifs.

Avec les lois de décentralisation, les régions administratives prennent de plus en plus d'importance. Elles ont notamment la responsabilité de la formation et du développement économique. Elles déterminent les plans de formation (PRDF) et attribuent les aides financières. Il appartient donc aux régions U.M.I.H. d'établir des actions (exemple : démarche qualité, promotion touristique, aide à la saisonnalité). **Il est donc indispensable que ces régions existent et soient actives.**

Nous devons créer une vraie cohésion à l'intérieur des régions pour mutualiser les compétences, les expériences dans tous les domaines qui nous interpellent.

Un membre du Directoire sera nommé et chargé de l'accélération de la mise en place des régions U.M.I.H.

Il sera la courroie de transmission entre les régions et assurera la cohésion de l'ensemble.

Il devra régler le problème de leur financement qui ne doit pas peser uniquement sur les départements.

Exemple : partage de l'expérience entre les régions

III/ LES BRANCHES :

Les présidents de branches agissent pour leurs branches. Leurs rôles doivent être amplifiés. Ils connaissent mieux que quiconque les spécificités de leurs métiers. Ils sont entourés de leur bureau. Ce sont eux qui doivent définir les actions prioritaires, les porter devant le Directoire.

A cet effet, nous souhaitons qu'un nouveau processus se mette en place. **Il revient à chaque président de branche de réfléchir à son programme d'action pour l'année suivante, d'en chiffrer le coût et d'établir un budget. Le plan d'action (business plan) ainsi déterminé sera soumis au Directoire puis aux votes de leurs mandants au Conseil d'Administration de branches et présenté au Congrès.**

Parallèlement, une ligne budgétaire « investissements opérationnels » sera validée par la Commission des Finances et votée par le Congrès avec le budget.

Ainsi définies les actions seront portées, soutenues activement auprès des instances compétentes par le Président Confédéral et son Vice-Président en cohérence avec le Président de la branche concernée. Par ailleurs, la solidarité au sein de notre Directoire, de notre Union doit être rétablie.

IV/ LE NATIONAL :

Dès leurs élections, le Président Confédéral et son Vice-Président cessent d'appartenir à leurs branches, à leurs régions d'origine. Ils doivent être les garants de l'intérêt général du secteur. Ils assurent la synergie et la cohérence des actions des branches. Il leur revient aussi de se projeter dans l'avenir. Quelles visions avons-nous de nos métiers, de l'évolution globale du marché à l'horizon 2015 ? Quelles actions mettre en œuvre pour permettre aux entreprises de s'adapter, d'affronter au mieux les évolutions de marché et les contraintes réglementaires diverses?

Nous souhaitons, avec les présidents nationaux de branche, travailler en ce sens.

Le Directoire en est le lieu mais il ne se tient qu'une fois par mois. **Nous proposons, en plus de cette réunion mensuelle de le réunir trois fois par mois en formation plus restreinte : autour du Président et du Vice Président Confédéral, les Présidents de branches, les Présidents des structures associées, des responsables des Régions, du Développement Durable ainsi que le Trésorier.**

Chaque réunion fera l'objet d'un **compte rendu approuvé** par les participants, **communiqué** aux syndicats départementaux et en libre consultation sur le réseau intra-net de l'U.M.I.H.

Une fois par trimestre, **un Directoire se tiendra dans un département en présence du bureau du syndicat local** afin d'être plus à leur écoute.

Nous souhaitons que l'élection des présidents et vice-présidents de branches soit proche de celle de la Présidence et Vice-Présidence Confédérale et que les modalités de durée de leurs mandats soient harmonisées.

Depuis quelques mois, les branches hôtelières travaillent en synergie et partagent déjà leurs travaux en bureau de branches réunies. Il faut poursuivre ce processus de rapprochement pour faire naître un pôle hôtelier plus efficace encore.

V/ LE GROUPEMENT NATIONAL DES CHAÎNES

Il est, par ailleurs, nécessaire de redéfinir les liens établis depuis 1984 avec le Groupement National des Chaînes (GNC).

VI/ LA COMMISSION DES STATUTS

La Commission des Statuts devra faire des propositions de révision et d'harmonisation des statuts de l'Union et des branches tenant compte de ces évolutions pour une adoption dès le Congrès de LILLE. Certains points devront, par ailleurs, être précisés : date des élections confédérales, présidents de branches, délais de recours...

En ce qui concerne la date de prise de fonction, nous suivrons les recommandations du Conseil de Surveillance.

Assurer la cohésion, la solidarité, de notre Union est PRIMORDIAL pour optimiser son efficacité et son développement.



Les SERVICES dont la compétence et l'efficacité sont reconnues par chacun **devront repenser leurs organisations** pour renforcer leur transversalité.

L'UMIH doit posséder un outil de gestion de l'activité des services pour en assurer le suivi.
Un tableau de l'activité des services sera mis en place.

La cellule de veille sera créée.

Un outil commun sera mis à disposition de tous les départements pour collecter des données générales (code APE, nombre de salariés.....) Nous pourrons ainsi mieux connaître et analyser le profil de nos adhérents.

Les conditions sont maintenant réunies pour la refonte du site internet UMIH. Les nouvelles possibilités d'interactivité seront intégrées.

Ces chantiers seront ouverts avant la fin de l'année.

Plus pratiquement, les locaux devront être rénovés et être d'équipés des moyens de communication moderne : très haut débit et visioconférence pour éviter les déplacements.

Le financement de notre Union est une préoccupation majeure.

Pour ses produits, notre budget repose sur les cotisations, les partenariats et diverses subventions.

- Il faut **augmenter le nombre d'adhérents** dans les départements. Ce qui mécaniquement augmentera le poste « cotisations ».

Chacun de vous, pour l'avoir expérimenté, sait que la tâche est compliquée mais nous devons nous remettre ensemble (national, régional et départemental) au travail.

Ce n'est pas seulement une question de budget mais de **REPRESENTATIVITE** de notre Union.

Exemples :

- une campagne d'adhésion.
- une action de solidarité pour les départements qui ne sont pas en capacité d'organiser toutes les actions de développements.

- **Les partenariats devront être poursuivis, amplifiés, structurés, pérennisés.**

Pour les partenariats traditionnels, le respect des engagements est essentiel pour que les partenaires soient fidélisés.

Par ailleurs, d'autres pistes pourront être tentées. Certaines études, consultations peuvent intéresser pour des motifs divers, plusieurs organismes différents du nôtre. Le financement pourra alors en être partagé.

- Il faut aller « chercher » les subventions auprès des organismes habilités qu'ils soient nationaux ou européens.

Nous devons maîtriser tous les postes de charges de notre Union. Nous nous y engageons.

Compte tenu de ma région d'origine et de ma situation personnelle, je souhaite que cette mandature voit **l'allocation confédérale actuelle diminuer des deux tiers. Les frais liés aux déplacements, au logement, seront mécaniquement allégés.**

Le recours aux nouvelles technologies (téléphonie IP, visioconférence...) doit porter ses effets mais il existe aussi d'autres pistes d'économie.

Les fonds ainsi dégagés serviront d'amorçage au budget des actions opérationnelles des branches.

Par ailleurs, une comptabilité analytique sera engagée.

Pour des raisons pratiques que chacun comprend, il est d'usage que le trésorier soit géographiquement proche du siège national.

Jean MATHIEU (UPIH) et Evelyne MAES (UMIH 75) sont respectivement candidats au poste de trésorier et trésorier adjoint.

Si vous en êtes d'accord, ils poursuivront le travail engagé auprès du commissaire aux comptes garant de la nécessaire transparence.

Etymologiquement, communiquer veut dire mettre en commun.

Notre organisation souffre d'un manque de circulation de l'information. Souvent, les départements ignorent ce qui se passe à la tête de leur Union et vice versa. De même par méconnaissance, nous sous-estimons ce qui est mis en œuvre par les autres départements. **Toutes les pistes évoquées précédemment seront poursuivies**

La COMMUNICATION EST ESSENTIELLE. Elle est un moyen pas une fin.

La division joue contre l'intérêt des entreprises. **Il nous faut repenser nos modes d'intervention** face aux Pouvoirs Publics, à l'interprofession et sur ces quatre thèmes, l'attractivité de la France, des métiers, de la formation et du développement durable.

Nous souhaitons adopter une démarche plus professionnelle encore, plus efficace encore, pour participer au développement de notre branche d'activité.

LA PROFESSION DOIT AGIR ET PARLER D'UNE SEULE VOIX.

Soyons à l'origine d'une coordination légère, sans hiérarchie, lieu de réflexion, d'échanges puis de décision, d'action et de suivi qui serait dotée de moyens humains (2 ou 3 personnes : un délégué, un spécialiste de la communication et une personne pour assurer l'intendance) et de moyens financiers.

Pour nourrir le dialogue, aider à la décision, l'U.M.I.H. apportera, au cas par cas, la connaissance de terrain de ses élus et l'expertise de ses collaborateurs.

Un des intérêts de nous unir est de mutualiser nos forces et nos moyens pour les démultiplier.

L'U.M.I.H. a un rôle essentiel à jouer. Forte de ses élus, de ses 112 représentations et de ses 250 collaborateurs, elle apportera force et légitimité à tous essais de coordination.

Dans un monde qui bouge, rester immobile est déraisonnable. La sagesse est au mouvement, à l'adaptation permanente de notre organisation.

Loin de nous affaiblir, cette démarche renforcera notre UNITÉ. Notre représentativité, notre légitimité en dépendent.

Le temps est venu de mettre en place une union offensive, toujours force de propositions, s'appuyant sur l'expérience ô combien précieuse du passé en emmenant l'union vers la modernité.

Nous sommes convaincus que la réalisation de ce programme portera ses fruits pour les intérêts particuliers de chacun de nos professionnels et pour l'intérêt général de ce secteur d'activité majeure pour l'économie de notre pays.

Née le 13 novembre 1955 à PARIS 75008

Diplômée des Sciences Economiques de PARIS-ASSAS

Mariée, mère de deux enfants



1996, Gérante de l'Hôtel du Dragon dans le 6ème arrondissement de PARIS

1996, Elue Vice- Présidente générale de l' UMIH 75,

1996, Elue Vice-Présidente de la Fédération de l'Hôtellerie Familiale Nationale

1998, Elue membre de la Chambre de Commerce et d'Industrie de PARIS

1998, Elue Conseiller Prud'Hommes,

2003, Désignée membre du Directoire de en qualité de responsable de la commission sociale de l' UMIH,

2004, Elue Vice Présidente de la CGPME-PARIS

2005, Elue Présidente de la délégation de PARIS de la Chambre de Commerce et d'Industrie de PARIS. A ce titre, membre du CESR Ile de FRANCE



Officier de la Légion d'Honneur depuis janvier 2003.

Issue d'une longue lignée d'hôteliers, j'ai grandi heureuse, dans l'affaire familiale auprès d'une mère qui s'occupait de l'hôtel et d'un père qui consacrait sa vie au syndicalisme.

Mon époux Patrick, chef de cuisine pendant 20 ans, mon fils Sébastien cuisinier, s'occupent désormais à mes côtés de notre hôtel. Notre fille Marie Hélène poursuit des études de droit. C'est vous dire combien ma vie est liée à ce secteur d'acteur d'activité et combien j'y suis attachée.

L'exploitation n'est jamais sans problème quel que soit le lieu même si les conditions sont différentes. Je connais les difficultés que chacun de vous traverse parce que je les vis.

Cet équilibre familial et professionnel me permet l'engagement dans une société qui a beaucoup évolué et qui permet désormais à chacun de ses membres, hommes ou femmes, de s'investir.

Au cours de ces dernières années, j'ai beaucoup appris le travail de terrain (déplacements dans toutes les entreprises), la recherche du consensus, la gestion de grande institution et surtout j'ai constitué un réseau relationnel important. C'est sans doute l'avantage que procure la proximité parisienne avec les pouvoirs publics nationaux.

Prendre le relais d'André DAGUIN à la présidence confédérale n'est pas une mince décision. C'est sous son impulsion que l'Union est devenue une organisation incontournable, reconnue. Qu'il en soit profondément et sincèrement remercié. Il reviendra à ses successeurs de reprendre le flambeau et de le porter toujours plus haut.

A chacun d'entre vous, je voudrai dire que mon engagement syndical repose sur des convictions profondes de la défense de l'intérêt de l'UMIH et des entreprises du secteur. Jamais je n'engagerai une action qui serait contraire à ces objectifs.

Je veux mettre cette expérience à la disposition de notre Union. J'ai choisi ma famille professionnelle. En conséquence, je ne briguerai pas d'autres mandats afin être présente dans les départements, les régions et de me consacrer efficacement et pleinement à la présidence de l'U.M.I.H.

J'ai de l'ambition pour l'U.M.I.H. et je veux la porter avec vous.

Né le 01 janvier 1958 à Tunis (Tunisie)

- Ecole Supérieure du Commerce Extérieur promotion 1981
- Steward Air France
- Création d'un bar a bières à Lourdes 1985
- 1987 reprise de l'affaire familiale, Hôtel restaurant Les Rosiers 65100 Lourdes



Parcours syndical

UMIH

- Secrétaire du syndicat de Lourdes 1992-1995
- Membre du conseil d'administration départemental depuis 1990
- Président du syndicat de Lourdes depuis 1998
- Président du département Hautes-Pyrénées depuis 2001
- Vice-Président de la Fédération Nationale des professions saisonnières depuis 2003
- Membre de la commission paritaire HCR prévoyance
- Administrateur CGPME des Hautes Pyrénées

CHAMBRE DE COMMERCE ET D INDUSTRIE DE TARBES ET DES HAUTES PYRÉNÉES

- Elu en 1990 membre de la commission tourisme hôtellerie

FORMATION

- Membre du conseil de perfectionnement du CFA de Tarbes
- Membre de la Commission Paritaire Régionale Emploi Formation de l'Industrie Hôtelière
- Secrétaire de l'association des Conseillers de l'Enseignement Technologiques des Hautes Pyrénées
- Président du jury académique du CAP restaurant

SOCIAL :

- Un Mandat de conseiller Prud'hommes en 1993
- Membre de la commission sociale de l'UMIH au titre des saisonniers.



Chevalier dans l'Ordre des Palmes Académiques

J'ai fait mes premiers pas dans l'hôtel restaurant de mes parents : affaire familiale de 82 chambres : travail saisonnier de pensions, à Lourdes, où nous avons la particularité d'avoir les salles de restaurant qui accueillent la même capacité d'hébergement de nos établissements. Notre restaurant sert 300 repas quotidiens.

C'est au rythme des saisons hôtelières et des années scolaires que j'ai grandi.

Je me suis impliqué très jeune dans la collaboration familiale. Un choix de vie exigeant que j'apprécie aujourd'hui et que je n'ai jamais regretté, le choix d'être saisonnier.

Nous devons réaliser pendant notre période d'activité ce que les autres ont l'année entière à faire : une gageure qui me laisse du temps que j'ai toujours consacré à la vie associative, à la vie syndicale ou à la formation.

Ces dernières années, j'ai beaucoup œuvré à l'Interfédération du Midi (I.F.M.) où chacun est là pour se mettre au service de l'autre. Dialoguer, assurer le lien, la cohésion entre nous tous, actifs ou retraités est ma passion. Altruiste pour la profession, au cours de la négociation sociale, j'ai sensibilisé les partenaires sociaux aux intérêts de nos salariés saisonniers qu'ils ignoraient.

C'est au sein de la commission sociale où je représente les saisonniers que j'ai appris à apprécier Geneviève Roy, femme d'écoute et de dossiers, qui a toujours voulu et su trouver une solution à tous les problèmes que nous lui présentions. C'est par le dialogue et la mise en commun de nos difficultés que s'élabore la stratégie qui permet de trouver la solution.

Cette écoute, cette disponibilité je souhaite pouvoir continuer à les mettre au service de la Profession.

POINTS A RETENIR :

- 1 Investir les nouveaux marchés (Internet mobile, services à la personne, marchés publics, l'innovation dans l'offre),
- 2 Développer les marchés traditionnels,
- 3 Améliorer l'accueil des touristes,
- 4 Penser et agir pour le Développement Durable, l'équilibre alimentaire,
- 5 Exiger de l'Etat la garantie d'une concurrence loyale entre les acteurs du Tourisme,
- 6 Aider aux financements des investissements,
- 7 Favoriser la transmission,
- 8 Etre un lobby puissant à l'Interprofession, à BRUXELLES pour intervenir en amont,
- 9 Former tous nos collaborateurs,
- 10 Etre pédagogues pour expliquer nos contraintes,
- 11 Adapter la gouvernance de notre Union,
- 12 Assurer la pérennité de ses financements,
- 13 Etre à l'origine, autour de quelques thèmes bien identifiés, d'une coordination de dialogue, d'actions de tous les acteurs du Tourisme dans le respect des identités de chacun pour renforcer l'UNION,
- 14 Travailler en équipe, être à l'écoute, être sur le terrain.

CONSULTEZ NOUS,
EXPRIMEZ VOUS SUR NOTRE SITE
www.umih2008.fr