

# Paris

# tourisme infos

Le journal des professionnels du tourisme parisien

## Tout sur Paris 2

### L'Observatoire économique du tourisme parisien communique

- 2007, une année exceptionnelle pour Paris 2
- Le Tourisme à Paris – Chiffres clés 2007 2
- Les visiteurs mieux accueillis à l'aéroport Paris-Orly 2

## Tout sur l'Office 3

### Bilan des opérations de promotion et d'image

- « Soldes by Paris », 2<sup>e</sup> édition, un succès 3
- « Février, mois du romantisme » 3

### Marketing loisirs et affaires, promouvoir Paris

- Congrès associatifs, l'Office sur tous les fronts 4
- L'Office se rapproche des pôles de compétitivité 4
- Dîner VIP Imex pour les grands décideurs des congrès associatifs 4
- De grands rendez-vous affaires et loisirs 5
- L'Évènement France 2008 lors du salon Bedouk MC&IT 5
- Les Rendez-Vous France 2008 5
- La démarche Comités sur les marchés d'approche complexe 5
- Participation aux salons 6
- Sur mesure 6
- Démarchage affaires, objectif Londres 6
- Présentation des services de l'Office aux opérateurs autrichiens 6
- Des éductours pour mieux faire connaître la capitale 6
- Les accueils de presse 2007 6

### L'Office, plate-forme d'échange pour ses adhérents

- Les conférences-ateliers 7
- La Charte de l'adhérent 2008 est parue 7
- Deadline pour l'adhésion 2008 7
- Consulter le plan d'action 2008 de l'Office 7

### www.parisinfo.com

- www.parisinfo.com en espagnol 7
- Un premier trimestre en progression 7
- Quoi de neuf sur parisinfo.com ? 7

### Accueil et information, du nouveau

- Gare de l'Est, le nouveau bureau d'accueil de l'Office est ouvert 8
- Ouverture du kiosque Clemenceau 8
- Fréquentation des bureaux d'accueil, chiffres et tendances 8
- Palmarès de fréquentation des bureaux 8
- Réservations hôtelières 8
- Le service courrier 8
- 08 92 68 3000 (0,34 €/min) 8

### Les nouvelles éditions sont arrivées

- 1,5 million de plans-guides 2008-2009 8

### Paris Tourisme Infos

#### Directeur de la publication

Paul Roll

#### Rédacteur en chef

Marie-Christine Rabot

#### Coordination

Sandrine Petit

#### Ont collaboré à ce numéro

Aude Maireau ; toutes les Directions et Services

Design graphique : Christian Dao, Dorothée Picard

Impression : A. Roques & Fils

## édito

### Jean-Bernard Bros

Président délégué de l'Office du tourisme et des congrès de Paris

Adjoint au maire de Paris chargé du tourisme et des nouveaux médias locaux

C'est un grand honneur et aussi une marque de reconnaissance que le Maire de Paris m'a fait en me reconduisant dans mes fonctions d'adjoint au Maire chargé du tourisme pour la mandature 2008-2014, auxquelles s'ajoute un volet tourné vers les nouveaux médias locaux. Je suis fier de promouvoir le tourisme qui, avec le commerce, est la toute première ressource pour Paris en termes d'emploi et de retombées économiques.

Si la fréquentation touristique de la capitale atteint des niveaux records, Paris ne doit pas dormir sur ses lauriers. Tourisme d'affaires et de loisirs confondus, il lui faut préserver son tout premier rang en jouant sa carte maîtresse : sa capacité d'innovation. Savoir innover, prendre un temps d'avance, comme le propose Bertrand Delanoë, orchestrer son offre et la commercialiser lui assurera toujours une longueur supplémentaire sur les autres métropoles. Sur le segment affaires, la Ville de Paris avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris soutiendront la nécessaire évolution du secteur.

Je propose en outre de développer la capacité hôtelière de 10 % d'ici à 2020 (soit 7 000 chambres supplémentaires), en particulier aux portes de Paris. Sans oublier les jeunes générations. Après l'ouverture d'une auberge de jeunesse au bassin de la Villette suivra celle de la ZAC Pajol et d'autres équipements en faveur des jeunes. De même, Paris doit devenir la destination de référence d'un tourisme durable et innovant. Les circulations douces participent de ce nouveau Paris. À l'actif de la Ville, le tramway, le Vélib', auquel seront dédiés dans la mandature quelque 200 kilomètres de pistes cyclables supplémentaires, sans oublier une ligne de navettes fluviales, véritable métro sur la Seine, ni les autos partagées avec Autolib'.

Parmi mes priorités figurent l'image de la destination et la qualité de son accueil au sens large. J'ai créé, puis pérennisé, l'opération saisonnière des « Ambassadeurs de l'accueil ». En 2008, une subvention supplémentaire de la Ville permettra d'étendre les périodes d'ouverture de certains kiosques. En ce deuxième trimestre 2008, un nouveau point d'accueil voit le jour, Gare de l'Est. Je souhaite aussi reconduire, en l'amplifiant, la « Journée du tourisme », qui fête les touristes et invite les Parisiens à reconnaître l'importance de cette industrie pour leur ville et dans leur vie. Cette volonté de mieux accueillir passe tout naturellement par les outils d'information multimédias. Lors de sa dernière mandature, le Maire a maillé la ville d'équipements Wi-Fi. Bientôt, le site Internet [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com) opérera une véritable révolution, c'est par le renforcement de ce média devenu incontournable que nous informerons et séduirons les visiteurs du monde entier.

Pour faire face aux défis du XXI<sup>e</sup> siècle, il convient d'agir en complémentarité avec la région : le débat qui s'ouvre sur « Paris métropole » va nous permettre d'accélérer les synergies. Le développement du tourisme parisien passe par l'intégration des autres communes de l'agglomération parisienne.

Mon ambition est la vôtre. Je sais, qu'ensemble, nous travaillerons à porter haut le flambeau de notre ville.

# Tout sur Paris

## L'Observatoire économique du tourisme parisien communique

### ■ 2007, une année exceptionnelle pour Paris

2007 fut une année de grâce pour le tourisme parisien. Les indicateurs sont en progression. La durée moyenne de séjour est de 2,3 nuits en 2007 (contre 2,2 en 2006) et les arrivées atteignent 15,4 millions (+ 0,9 % par rapport à 2006). Les arrivées étrangères jouent un rôle moteur : leur dynamisme vient contrebalancer la relative stabilité du marché français. Alors que les nuitées nationales progressent de + 1,7 %, les nuitées étrangères enregistrent une croissance de + 7 %.

Cependant, en termes d'arrivées par nationalité, seuls les Britanniques (en deuxième position dans le top 5 des arrivées étrangères) enregistrent une hausse du nombre de leurs arrivées (+ 9,9 %). Les États-Unis restent en *pole position* mais reculent de 5,5 %. L'Espagne, l'Italie et le Japon affichent des baisses entre - 1,8 % et - 3,2 %, atténuées par l'augmentation généralisée de la durée des séjours des 8 premières clientèles étrangères.

Ce sont donc les nouvelles nationalités (hors top 10) qui, en progressant de 9,9 %, sont à l'origine de la hausse des arrivées. En outre, 2007 se démarque par un taux d'occupation de 78,4 %, jamais atteint depuis 17 années. Comme les capacités hôtelières augmentent peu dans la capitale (7 hôtels, 339 chambres supplémentaires en 2007), cette forte croissance est essentiellement liée à une demande en progression. Pour l'heure, elle permet d'optimiser le prix moyen, qui augmente de 8,7 %, toutes catégories confondues.

On assiste enfin à une légère érosion de la part du tourisme d'affaires dans les nuitées hôtelières.

Ce bilan 2007, très positif, porte pourtant les germes d'un ralentissement d'activité, qui pourrait se manifester en 2008. Le fléchissement des arrivées nord-américaines, une conjoncture économique mondiale nettement moins favorable, un euro fort, un dollar et un yen affaiblis : ces indicateurs nous invitent à la prudence.

### ■ Le Tourisme à Paris – Chiffres clés 2007

La 6<sup>e</sup> édition de *Tourisme à Paris – Chiffres clés 2007* vient de paraître. Bilingue français-anglais, elle aborde données démographiques, résultats économiques, transports, offre et résultats hôteliers, culturels et de loisirs, sans oublier l'environnement concurrentiel. Ce document est téléchargeable sur [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com).

### De grandes expositions ont marqué l'année 2007

Une enquête de l'Office démontre l'engouement du grand public pour les expositions temporaires. En effet, 80 expositions, organisées au sein de dix-neuf musées et lieux d'exposition, ont drainé 9 millions de visiteurs. Les 10 expositions les plus visitées réalisent à elles seules plus de 4 millions d'entrées. Les expositions itinérantes, fruits d'échange entre grands musées, attirent également les amateurs d'art lors de leur passage à l'étranger : 1,5 million de visiteurs entre Berlin, Paris et Bonn pour « Trésors engloutis d'Égypte » ; courant 2008, la rétrospective « Gustave Courbet » voyagera de New York à Montpellier ; après Paris, « Arcimboldo » s'installe à Vienne. L'importance de ces manifestations et le nombre des œuvres exposées (500 objets pour « Trésors engloutis d'Égypte », plus de 600 œuvres pour « L'atelier d'Alberto Giacometti ») sont la clé de leur succès.

Ainsi, le grand public est toujours fasciné par l'Égypte : avec « Trésors engloutis d'Égypte », la nef du Grand Palais fait le meilleur score de l'année (on se souviendra du succès de l'exposition « Pharaons », qui avait

attiré 700 000 visiteurs à l'Institut du monde arabe en 2005). De même, « De Cézanne à Picasso, chefs-d'œuvre de la galerie Vollard », au musée d'Orsay, dépasse le succès du face-à-face « Cézanne et Pissaro » (405 000 entrées en 2006). Le score du Centre Pompidou est impressionnant : 799 493 visiteurs entre « L'atelier d'Alberto Giacometti » et la rétrospective « Yves Klein ».

En 7<sup>e</sup> position de ce top 10, un nouveau site culturel inauguré le 15 juin 2007 : la Pinacothèque de Paris. Elle comptait sur quelque 500 000 visiteurs par an et en comptabilise déjà 310 000 pour la seule rétrospective « Chaïm Soutine ». Enfin, à l'Hôtel de Ville de Paris, « Robert Doisneau, Paris en liberté » connaît un très beau succès avec 300 000 admirateurs (cependant surpassé par l'exposition « Willy Ronis à Paris » et ses 500 000 visiteurs en 2006).

### ■ Les visiteurs mieux accueillis à l'aéroport Paris-Orly

Tout comme l'aéroport Paris – Charles-de-Gaulle (*cf. Paris tourisme infos n°21*), Paris-Orly s'est engagé sur une charte visant à améliorer l'accueil. Fruit du travail du Comité local qualité de Paris-Orly « accueil et information », elle s'inscrit dans la démarche qualité lancée par l'UAF (Union des aéroports français). Elle est signée par 20 entreprises de l'aéroport (compagnies, prestataires, services publics...). Parmi les objectifs à atteindre en 2008, Paris-Orly vise à multiplier les signataires de la charte et à former un personnel dédié à l'accueil et à l'aide des passagers. Parallèlement, Aéroports de Paris adopte une nouvelle signalétique pour faciliter le parcours des passagers. À titre d'exemple, un time planner permet à chacun de gérer son temps de parcours à l'intérieur de l'aéroport.

Site	Exposition*	Ouverture	Fermeture	Nbre de visiteurs
1 Nef du Grand Palais	Trésors engloutis d'Égypte	10/12/06	14/03/07	730 000
2 Musée d'Orsay	De Cézanne à Picasso, chefs-d'œuvre de la galerie Vollard	19/06/07	16/09/07	482 179
3 Galeries nationales du Grand Palais	Gustave Courbet	13/10/07	28/01/08	480 000
4 Musée du Luxembourg	Arcimboldo (1526-1593)	15/09/07	13/01/08	430 000
5 Centre Pompidou	L'atelier d'Alberto Giacometti	17/10/07	11/02/08	423 701
6 Centre Pompidou	Yves Klein	05/10/06	05/07/07	375 792
7 Pinacothèque de Paris (inaugurée le 15 juin 2007)	Chaïm Soutine	10/10/07	02/03/08	310 000
8 Mairie de Paris	Doisneau, Paris en liberté	01/10/06	01/03/07	300 000
9 Musée du Luxembourg	René Lalique, bijoux d'exception	07/03/07	29/07/07	290 000
10 Cité des sciences et de l'industrie	Seuls dans l'univers ? De la fiction à la réalité	14/11/06	22/07/07	289 000

\* La durée des expositions s'étend parfois sur deux années, celles retenues ont pu débiter au dernier trimestre 2006 et/ou s'achever au premier trimestre 2008.

# Tout sur l'Office

## Bilan des opérations de promotion et d'image

### « Soldes by Paris », 2<sup>e</sup> édition, un succès

Du 9 au 20 janvier 2008, 1 900 commerçants et 340 professionnels du tourisme parisien se mobilisaient aux côtés de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, de la Ville de Paris, des syndicats professionnels et de l'Office pour la deuxième édition de « Soldes by Paris ». Objectif : promouvoir Paris « Capitale du shopping et des soldes » avec un rendez-vous incontournable durant la basse saison touristique. Les 34 bureaux de Maison de la France relayaient l'opération, tout comme Thalys, Eurostar, Elypsos, Artesia et les sponsors, Galerie Lafayette, Printemps, BHV Rivoli, Mastercard Europe, Pages jaunes et Global Refund.

- Rappel du dispositif :
  - cinq parcours « shopping et découverte »,
  - des *shopping stations* pour orienter les touristes,
  - 100 000 *shopping books* bilingues français-anglais,
  - 50 000 *welcome packs*, diffusés par le réseau des hôtels partenaires et sur [www.soldesbyparistouch.com](http://www.soldesbyparistouch.com).
- « Soldes by Paris » a connu un vif succès auprès des médias. Le lancement de l'événement, au magasin Printemps, avec Inès de la Fressange pour marraine, a attiré la presse étrangère. Les 280 retombées presse de l'opération concernaient aussi la presse française (*Le Parisien*, *Libération*, *La Tribune*, *BFM*) mais aussi la télévision (notamment TF1).
- Promu par une campagne Web via Google, [www.soldesbyparistouch.com](http://www.soldesbyparistouch.com) a reçu 30 103 visites de 107 pays (le top 6 : France, Italie, Espagne, Belgique, Grande-Bretagne, États-Unis). Le site [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com), qui relayait aussi l'opération, a enregistré plus de 10 670 visites.
- L'impact de « Soldes by Paris » sur la fréquentation touristique de la capitale est difficile à mesurer. Toutefois, on remarque que le taux d'occupation moyen est passé à 67,8 % en janvier 2008 (contre 65,2 % en janvier 2007 et 62 % en janvier 2006). L'objectif pour les hôteliers est de passer d'un taux moyen d'occupation voisin de 60-65 % à un taux de 80 %.

### ■ « Février, mois du romantisme »

L'Office s'est employé à faire souffler l'esprit de la Saint-Valentin sur la capitale tout au long du mois de février.

► Du 6 février au 7 mars 2008, organisée avec l'agence VU', une exposition célébrant février comme mois du romantisme à travers le regard de 12 photographes contemporains invitait à s'interroger sur la perception du Paris d'aujourd'hui.

Habillant les vitrines du bureau central de l'Office, l'exposition a séduit les Parisiens du quartier, les amateurs du genre et les visiteurs étrangers en quête d'informations touristiques (plus de 630 visiteurs au bureau central le 15 février). L'expérience devrait être reconduite.

► Sur le site [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com), paré des couleurs de l'amour, figuraient les offres promotionnelles des adhérents de l'Office. La page d'accueil invitait à visualiser quatre parcours amoureux.

► Le 14 février, les visiteurs prononçant le sésame « Saint-Valentin » se voyaient offrir le Paris City Passport dans tous les bureaux de l'Office.

### Marketing loisirs et affaires, promouvoir Paris

#### Lancement officiel des outils dédiés au tourisme d'affaires

Le 31 janvier 2008, dans les salons nouvellement ouverts au grand public de l'Académie diplomatique internationale, le Président de l'Office, Jean-Claude Lesourd, l'Adjoint au Maire de Paris chargé du tourisme, Jean-Bernard Bros, et Paul Roll, Directeur général de l'Office, ont présenté à quelque 180 invités (professionnels du secteur, organisateurs et grands prospects industriels) les nouveaux outils dédiés aux professionnels du tourisme d'affaires :  
<http://convention.parisinfo.com>, le manuel *Meeting in Paris/Se réunir à Paris* (cf. *Paris Tourisme Infos n°21*), et *Paris News*, la e-newsletter mensuelle qui informe 12 500 professionnels, dont 6 500 du segment affaires sur l'actualité et les dernières nouveautés de la capitale.

Entre son premier lancement, à Barcelone fin 2007, et son lancement officiel à Paris fin janvier 2008, <http://convention.parisinfo.com> a évolué : de nouvelles fonctionnalités permettent de trouver les hôtels situés autour d'un site. <http://convention.parisinfo.com> a déjà reçu 6 325 visiteurs pour 6 814 visites et 32 877 pages vues.

### Le tourisme d'affaires, un atout pour l'économie parisienne

Le lancement des outils dédiés au tourisme d'affaires a été l'occasion de rappeler l'importance de ce secteur :

- 4,5 milliards de retombées économiques pour Paris et sa région ;
- 40,1 % des nuitées Paris – Île-de-France en 2007 ;
- des dépenses moyennes quotidiennes « affaires » évaluées à 265,50 €, supérieures de 27 % à celles d'un touriste de loisirs.

Avec 363 manifestations recensées en 2006 par l'UAI (Union des associations internationales), Paris figure en tête du palmarès pour la 28<sup>e</sup> année (316 manifestations à Vienne et 298 à Singapour). Ce classement est confirmé par l'ICCA (International Congress & Convention Association) sur la base du nombre de participants recensés. Fédérant ses 250 adhérents du Bureau des Congrès, l'Office se donne pour priorité deux des quatre grands segments du tourisme d'affaires : les réunions d'entreprise et les congrès associatifs.

### ■ Congrès associatifs, l'Office sur tous les fronts

#### ► L'Office se rapproche des pôles de compétitivité

Les pôles de compétitivité de Paris – Île-de-France renforcent l'attractivité de Paris pour accueillir des congrès internationaux, notamment dans les domaines de la santé (Médecin), du contenu numérique (Cap Digital), du développement durable (Ville et mobilité durables) ou encore de la finance (Finance innovation) et de l'aéronautique (ASTech Paris Région).

Le 27 mars dernier, lors d'une réunion du groupe de travail « rencontres et événements professionnels » coordonnée par l'Agence régionale de développement, l'Office a présenté ses missions et souhaits de collaboration aux pôles de compétitivité, organisations professionnelles, agences et comités d'expansion présents.

Ce groupe de travail s'inscrit dans le cadre de l'élaboration d'un plan d'action « Attractivité de la région Île-de-France », intégré au schéma régional de développement économique.

#### ► Dîner VIP à Imex pour les grands décideurs des congrès associatifs

Depuis 2005, l'Office profite de la présence de décideurs d'associations internationales sur le salon Imex. Le 22 avril 2008, il a ainsi convié une dizaine d'entre eux, choisis en fonction de leur potentiel pour Paris, à un dîner de prestige dont l'objectif est de conforter le message « Paris, ville de congrès ».

Leurs voisins de table étaient les professionnels parisiens : centres de congrès, hôtels de conférence, organisateurs de congrès et agences réceptives, partenaires du stand Paris sur le salon et membres de l'association internationale ICCA (les sites

de Viparis, Disneyland Resort Paris Business Solutions, MCI, Lafayette Travel, Novotel Paris Est, Novotel Tour Eiffel).

### Analyse 2007 de l'activité congrès à Paris

Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, l'Office se penche sur les tendances de l'activité congrès à Paris. L'étude menée sur les congrès qui se sont déroulés en 2007 a révélé l'activité importante des sites paracommerciaux sur ce segment (hôpitaux, instituts de santé, universités, centres de recherche et d'enseignement, etc.).

Ainsi, les réponses reçues d'un panel de plus en plus large ont permis de recenser quelque 900 congrès de tout type et 600 000 participants :

- moyenne de 758 participants par événement mais moins de 500 dans 62 % des cas ;
- congrès majoritairement à rotation nationale (79 %) ;
- forte proportion de congrès d'envergure internationale (50,4 %) ;
- participation cosmopolite : 13 nationalités et 27 % d'étrangers en moyenne par congrès ;
- 2/3 des congrès se tiennent dans les centres de congrès et lieux scientifiques (hôpitaux, universités, instituts) ;
- les centres de congrès accueillent 3/4 des congressistes ;
- prédominance du secteur médical : 43,3 % des congrès et 57 % des participants ;
- durée moyenne de 2,2 jours par congrès ;
- saisonnalité marquée : très basse activité en juillet et août (le plus bas) ; moyenne saison en février, avril et décembre ; activité soutenue en janvier, mars, mai, juin et septembre ; forte activité en octobre et novembre (pic) avec une moyenne de près de 4 congrès par jour.

L'étude détaillée est en ligne sur [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com), rubrique « Paris en chiffres ».

### Impact des différents segments du tourisme d'affaires à Paris et en Île-de-France 2007

Segment	En % et nuitées hôtelières	Évolution à moyen terme
Tourisme de loisirs	59,9 % – 40,3 millions	↗
Tourisme d'affaires	40,1 % – 27 millions	↗
Foires et salons	37 % – 9,9 millions*	→ ↗
Congrès	5 % – 1,4 million	→ ↗
Événements d'entreprise	28 % – 7,6 millions*	↗
Individuels d'affaires	30 % – 8,1 millions	↗

\* Estimations Office du Tourisme et des Congrès de Paris, à partir des nuitées 2007 Paris – Île-de-France.

## ■ De grands rendez-vous affaires et loisirs

### ► L'Événement France 2008 lors du salon Bedouk MC&IT

À l'occasion du salon Bedouk, en février 2008, l'Office était partenaire de Maison de la France pour le deuxième Événement France. Composé d'éductours et de soirées de networking, cet événement a connu son point d'orgue lors de la soirée de gala « Paris Dazzling Cocktail on the Seine », le 7 avril, sur le *Paquebot* des Yachts de Paris, en présence de Jean-Bernard Bros, Adjoint au Maire de Paris chargé du tourisme, et de Paul Roll.

Confiée à l'agence Liberty Incentives, l'animation comprenait un quiz « A brand new and romantic Paris » rappelant que Paris, capitale du tourisme d'affaires, est aussi celle du romantisme. Fragonard, Ô Chateau et Omnisens participaient à l'opération, Le Nôtre assurait la restauration.

Les principaux supports spécialisés, à l'image du magazine britannique *MC&IT* paru pour Imex, se sont fait l'écho de l'ensemble de l'événement.

### ► Les Rendez-Vous France 2008

Maison de la France a fédéré l'ensemble des régions et l'Office pour cette 3<sup>e</sup> édition des Rendez-Vous France, les 1<sup>er</sup> et 2 avril 2008 à Lyon (après Strasbourg et Paris). Ce fut l'occasion pour Hervé Novelli, nouvellement nommé secrétaire d'État chargé du tourisme, d'inaugurer ce « salon-workshop » qui réunissait 900 acheteurs, invités par Maison de la France et venus de 50 pays (dont la France pour la 1<sup>re</sup> fois).

Au cœur de la zone, sur l'espace Paris and More, le Comité Régional de Tourisme de Paris – Île-de-France et l'Office ont regroupé 93 exposants franciliens sur 82 stands et 418 m<sup>2</sup>. L'Office a rencontré 135 professionnels étrangers. Il a organisé sur son stand un petit déjeuner à l'intention de la délégation chinoise et convié la délégation brésilienne à une croisière-gala nocturne.

## ■ La démarche Comités sur les marchés d'approche complexe

### ► À marché complexe, démarche diversifiée

Depuis 1998, l'Office s'attache, dans sa démarche Comités, à nouer des relations étroites avec les opérateurs étrangers et soutient la politique d'accueil des professionnels parisiens.

Lors de réunions réservées aux adhérents des Comités, il fournit les informations clés permettant de comprendre et d'aborder les

clientèles et prescripteurs de ces marchés. Durant le premier trimestre 2008, cinq séances de formation (en amont des déplacements) ont rassemblé 60 partenaires.

### ► Mission Paris 2008 en Russie

Pour la 6<sup>e</sup> année consécutive, du 11 au 15 février 2008, l'Office a mené une opération d'envergure à Moscou, en présence de Jean-Claude Lesourd, Président de l'Office, et de Paul Roll, Directeur général. Les invités étaient les grands opérateurs des principales villes émettrices : Moscou, Saint-Petersbourg, Ekaterinbourg et Kiev (Ukraine).

Avec l'appui de Maison de la France Moscou, le programme comprenait des réunions de travail avec les 24 partenaires de la délégation Paris et les acteurs du secteur économique (Mission économique, CCIP, Club France/CCIF, Air France), des journées de workshop, une conférence de presse (40 journalistes) et des rendez-vous personnalisés.

Présent pour la 4<sup>e</sup> année, l'Office a rencontré des agences et des prescripteurs russes de plus en plus structurés et actifs, notamment sur le segment affaires. Un dîner, présidé par Paul Roll, a réuni les plus grands acteurs de ce segment. Le renforcement des relations avec la Mission économique et l'implication exceptionnelle de l'ambassadeur de France en Russie ont également consolidé les liens avec les interlocuteurs russes.

#### Le marché russe

- 141 millions d'habitants, un territoire de 17 millions de km<sup>2</sup>, 35 fois la France.
- 38 ans : c'est l'âge moyen de la population.
- 8 % par an : la croissance du PIB favorise le développement d'une classe nouvelle moyenne d'environ 20 millions de personnes.
- 8 millions de voyages à l'étranger (hors CEI).

#### Nouvelle donne

Depuis le 1<sup>er</sup> juin 2007, les tour-opérateurs russes qui souhaitent travailler avec les marchés étrangers, moyennant une caution de 300 000 €, doivent être inscrits au Registre fédéral : le marché est donc plus lisible.

En outre, ceux qui travaillent avec la France doivent en plus être accrédités auprès du consulat de France.

La France a réduit le temps d'obtention des visas (3-4 jours pour les particuliers, 10 via les tour-opérateurs). En 2007, 320 000 visas ont été émis par les consulats de France en Russie.

7 nouveaux consulats seront ouverts en 2008.

En 2008, 72 tour-opérateurs et 10 réceptifs sont accrédités au consulat de France à Moscou et 36 à Saint-Petersbourg. Afin d'offrir plus de garanties aux consommateurs, certains se regroupent au sein de l'Ator (Association des tour-opérateurs de Russie).

### ► Mission Paris 2008 en Inde

« Paris, in 2008, the ultimate urban destination ! », tel était le thème porté avec succès par l'Office et la délégation de 11 partenaires à Bombay et Delhi, du 3 au 7 mars 2008, lors de la 6<sup>e</sup> mission Paris Comité en Inde. Menée en collaboration avec Maison de la France Inde et Air France, cette opération a confirmé le vif intérêt porté à la destination Paris.

Deux conférences de presse ont attiré un grand nombre de journalistes (46 à Bombay et 39 à Delhi). Les workshops ont réuni plus de 160 directeurs et responsables opérationnels de tour-opérateurs et agences indiens. Dîners sélectifs et rendez-vous personnalisés programmés par l'Office ont permis de consolider les liens avec ce marché en pleine croissance et aux perspectives de plus en plus prometteuses, y compris sur le segment corporate.

#### Le marché indien

- 1,3 milliard d'habitants (16 % de la population mondiale), un territoire de 3 287 590 km<sup>2</sup> (6 fois la France)
- 51 % de la population a moins de 25 ans
- 8,5 % : c'est le taux de croissance du PIB prévu en 2008
- 8 millions de visiteurs vers l'étranger en 2006 (16 % de plus qu'en 2003)

#### Nouvelle donne

Les séjours programmés vers Paris en février et mars, qui ne sont pas des mois de haute saison touristique pour les Indiens, se font de plus en plus nombreux au sein d'offres promotionnelles. Côté transports, les vols directs par semaine (287) ont augmenté de 15 % entre 2005 et 2007, et le train est plébiscité (au détriment de l'autocar).

Les voyages des jeunes mariés et ceux des *repeaters* sont en progression. Parmi les centres d'intérêt des visiteurs : Montmartre, programmé depuis peu, et les « produits haut de gamme » (vin, luxe, lieux exclusifs, châteaux-hôtels, etc.).

Bon point : les Indiens anglophones disent se faire de mieux en mieux comprendre des Parisiens.

## ■ Participation aux salons

### ► L'Office représentait la destination Paris sur le salon Bedouk MC&IT

Au sein de cet incontournable Salon du tourisme d'affaires, du 6 au 7 février 2008, l'Office représentait la capitale sur un stand de 42 m<sup>2</sup>, situé à l'entrée du salon. Le Directeur général de l'Office figurait parmi les membres du jury pour décerner les 1<sup>ers</sup> Grands Prix Kréa qui ont récompensé les meilleurs acteurs (promotion, créativité, expertise) des métiers de l'événementiel et du tourisme d'affaires.

### ► Imex, salon international du tourisme d'affaires

Dans le cadre du salon Imex, du 22 au 24 avril 2008 à Francfort (plus de 8 300 visiteurs et 3 600 *hosted buyers*), l'Office regroupait 17 partenaires sous la bannière « Paris Now ! » sur un stand de 144 m<sup>2</sup> dont les équipements multimédias sophistiqués (écran géant et 4 plasma, borne Internet...) ont permis une communication forte autour de <http://convention.parisinfo.com>. Pour la 4<sup>e</sup> année, l'Office sponsorisait le *Pocket Guide* du salon (7 000 exemplaires).

### ► Assist'expo

Pour la première fois, l'Office a participé au Salon national des secrétaires et assistantes de direction, les 17 et 18 avril 2008 au Palais des Congrès, afin de promouvoir l'offre de ses adhérents du Bureau des Congrès auprès des collaborateurs de grandes sociétés amenés à organiser des événements.

## Office et Salon international de la lingerie : une collaboration originale

Du 24 au 27 janvier dernier, l'Office et les organisateurs du Salon international de la lingerie ont inauguré une nouvelle forme de collaboration pour l'accueil des visiteurs : l'Office faisait la promotion du salon en page de garde de [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com), les organisateurs du salon faisaient celle du site de l'Office dans leur mailing d'invitation auprès de 18 000 visiteurs potentiels. Sur le salon, les visiteurs pouvaient consulter [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com), un lien les dirigeait vers son service de réservation hôtelière, et une sélection d'événements culturels et festifs majeurs leur était proposée. De plus, les plans-guides de l'Office étaient diffusés sur le salon et le Paris City Passport offert aux invités VIP.

## ■ Sur mesure

### ► Démarchage affaires, objectif Londres

Du 28 au 30 janvier 2008, l'Office a renouvelé son approche commerciale sur ce marché mature, déjà fort connaisseur de la destination Paris, et a mis en avant les adhérents qui l'accompagnaient dans cette opération « coup de poing » : l'hôtel Paris Marriott Rive Gauche, le Palais des Congrès de Paris, l'hôtel Dream Castle et l'agence réceptive Liberty Incentives. Ils sont allés à la rencontre des agences MICE, des agences événementielles et des organisateurs d'événements d'entreprise (Bank of America, Bank Sadler, Frost & Sullivan et Eurostar). Paris a pu se positionner sur cinq projets d'événements et incentives pour la capitale. L'un d'entre eux, prévu en 2010, concerne 1 700 personnes.

### ► Présentation des services de l'Office aux opérateurs autrichiens

En partenariat avec Maison de la France, l'Office a saisi l'opportunité de l'assemblée générale de l'ABTA (Austrian Business Travel Association), le 28 mars 2008 à Vienne, pour présenter à ses 110 membres la destination Paris et son savoir-faire en matière de tourisme d'affaires.

### ► Des éductours pour mieux faire connaître la capitale

Les événements auxquels l'Office participe, comme les salons et les workshops, sont l'occasion d'inviter les professionnels à des éductours.

- Ainsi, en février, en amont et en aval du salon Bedouk MC&IT, 230 acheteurs étrangers, hôtes du salon, ont découvert les atouts de la capitale à travers des éductours organisés avec six partenaires agences réceptives, cinq hôtels et trois transporteurs.
- En avril, le salon Imex, était prétexte à deux éductours. Lors du premier, 11 participants russes, appartenant aux cibles agences et entreprises (notamment Sanofi Aventis, Dielectric Cable System, Sibintek, Nicko Travel Group, Demlink, etc.), ont apprécié le programme élaboré avec l'Office par le DMC parisien Lafayette Travel et l'hébergement offert par le Novotel Paris Tour Eiffel. Le second, à l'initiative de l'agence MCI Shanghai, a permis d'accueillir une délégation d'entreprises des secteurs informatique et bancaire.
- Toujours en avril, en amont des Rendez-Vous France 2008, l'Office a invité une douzaine de professionnels des délégations du Brésil, du Liban et de Jordanie pour 3 jours de programmes ciblés : courses hippiques et visites shopping, notamment, pour le Moyen-Orient ; musée Jacquemart-André et Arc de triomphe pour le Brésil.
- Auparavant, du 22 au 26 mars, 8 opérateurs brésiliens (loisirs et affaires réunis) avaient été accueillis, avec le concours d'Air France, des hôtels Sofitel et de l'agence réceptive Vap Incoming, pour découvrir (entre autres) Bobin'O, les Galeries Lafayette et le Printemps, le restaurant de l'hôtel Scribe ou encore le musée du Quai-Branly.

## Agenda des actions de promotion marketing affaires et loisirs à venir

		Agenda des actions de promotion marketing affaires et loisirs à venir
Mai	15 mai	« Sport » Événement Workshop Paris à Londres — 25 participants
	19-27	Mission exclusive Paris Comité Chine (Pékin/Shanghai/Canton/Hongkong/Taipei) — 12 partenaires
	27-29	Nouveauté Mission de prospection en Thaïlande — 4 partenaires
Juin	31 mai - 6 juin	« Musique » Avec le Palais des Congrès, défense de la candidature de Paris à Istanbul pour accueillir le Congrès mondial de l'hémophilie 2012, face à Toronto
	Fin mai-début juin	Accueil de presse multimarché « Paris Trendy »
	11-13	Mission Paris Comité Japon à Tokyo. En amont, l'OTCP se rendra à Osaka et à Nagoya pour une rencontre avec les principaux interlocuteurs programmant la destination
	19-20	10 <sup>e</sup> réunion plénière du Bureau des Congrès de Paris : point sur le plan d'action marketing affaires, décision des prochaines actions
Juillet	Date à définir	« Plein air » Journées du tourisme
	Date à définir	Accueil de presse multimarché « Paris écolo »
	3	Réunion Comités

## ► Les accueils de presse 2007

- Le magazine espagnol *De Viajes* (71 000 exemplaires) a initié le ballet des accueils de presse annuels sous le signe d'un Paris classique et à la pointe de la modernité, du Paris littéraire à l'hôtel Everland (chambre d'hôtel unique sur le toit du palais de Tokyo).
- Le magazine gastronomique *Sibaritas* s'est intéressé aux nouveaux concepts gastronomiques.
- Le quotidien néerlandais *Metro* (580 000 exemplaires) a souhaité revisiter le monde du shopping et des soldes à Paris.
- Avec la nouvelle liaison Eurostar, qui met Paris à 2 h 15 de Londres, les journalistes britanniques ne se sont pas privés de venir redécouvrir les meilleures pâtisseries parisiennes (*The Times*, 649 582 exemplaires) et les mille raisons de passer quarante-huit heures dans la capitale (quotidien régional *Enfield Independent*, 54 000 exemplaires).
- Enfin, si l'on ne fume plus dans les restaurants parisiens depuis le 1<sup>er</sup> janvier, Vélib' a fait un « tabac » auprès des journalistes allemands (quotidien national *Hamburger Abendblatt*, 262 483 exemplaires) et anglais (*The Mail on Sunday*, 2 381 490 exemplaires) !

## Facilitez-vous Paris, tout sur les services de l'Office

La nouvelle brochure commerciale de l'Office invite ses interlocuteurs professionnels (français et étrangers) à découvrir ses services. Synthétique et argumentée, elle s'adresse aux opérateurs touristiques, aux agences réceptives, aux organisateurs de congrès, à la presse, etc. *Facilitez-vous Paris* est imprimé à 2 500 exemplaires en version française et autant en version anglaise.

## Adhérents de l'Office ?

Retrouvez les informations et services en ligne dédiés aux professionnels du tourisme parisiens sur

<http://pro.parisinfo.com>

## Professionnels du tourisme d'affaires ?

Consultez

<http://convention.parisinfo.com>

## L'Office, plateforme, d'échanges pour ses adhérents

### ► Les conférences-ateliers

Le succès rencontré lors de la présentation du marché américain auprès des adhérents en 2007 a incité l'Office à leur proposer des conférences sur d'autres marchés. Ce fut d'abord le marché russe, les 21 février et 30 avril, et le marché indien, le 18 mars. Suivront les marchés chinois, japonais et coréen, les 4, 24 et 28 juin. Le marché brésilien sera présenté au 2<sup>nd</sup> semestre.

Au premier trimestre, deux autres conférences appréciées ont développé les thèmes suivants : « Comment développer sa clientèle d'affaires avec le Bureau des Congrès » et « Les services de l'Office spécifiques aux hôteliers adhérents ».

Ces conférences sont ouvertes à l'ensemble des adhérents, dans la limite des places disponibles : il est nécessaire de s'inscrire sur [www.pro.parisinfo.com](http://www.pro.parisinfo.com).

### ► La Charte de l'adhérent 2008 est parue

Fin février 2008, adhérents et prospects ont reçu la *Charte de l'adhérent 2008*, éditée à 3 000 exemplaires et téléchargeable sur <http://pro.parisinfo.com>.

## Un nouveau logo 2008 a été créé pour les adhérents de l'Office

En version française et anglaise, il permet aux professionnels de mieux valoriser leur adhésion sur leurs supports de communication. Il est également repris sur la vitrophane envoyée à chaque adhérent à réception du paiement de sa cotisation.

### ► Deadline pour l'adhésion 2008

Pour figurer dans le *Guide Paris hébergements 2008-2009*, il fallait avoir réglé sa cotisation 2008 avant le 31 mars.

### ► Consulter le plan d'action 2008 de l'Office

Réservé aux adhérents, le plan d'action 2008 concernant le tourisme de loisirs et d'affaires est en ligne sur [pro.parisinfo.com](http://pro.parisinfo.com), rubrique « Nos services ». L'accès se fait sur mot de passe et login (les deux constituant le compte d'accès adhérent). En cas de perte ou d'oubli, il suffit de se connecter à [pro.parisinfo.com](http://pro.parisinfo.com) et de remplir la rubrique « Modalités du compte d'accès », proposée en page d'accueil.

## www.parisinfo.com

### ■ www.parisinfo.com en espagnol

Langue d'origine de plus de vingt-quatre pays, l'espagnol est une des langues les plus parlées dans le monde avec le mandarin, l'anglais et l'hindi. Pour insuffler l'envie de Paris aux hispanophones, l'Office propose la traduction intégrale de son site en espagnol. Lancé à l'occasion de la Fitur (Feria Internacional de Turismo) de Madrid, qui a eu lieu du 30 janvier au 3 février 2008, le site a connu un démarrage fulgurant grâce à un dispositif de communication « musclé » et à un jeu-concours permettant de gagner un séjour à Paris.

Sur [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com), 8 % des visiteurs sont hispanophones. L'espagnol est la 3<sup>e</sup> langue de consultation.

Les adhérents de l'Office sont invités à faire parvenir à [professionnels@parisinfo.com](mailto:professionnels@parisinfo.com) la présentation de leurs produits ou de leur organisme en espagnol.

### ■ www.parisinfo.com, un premier trimestre en progression

#### ► Les pages vues

Mars 2008 : 4 902 513

Janvier-mars 2008 : 14 747 199. Soit + 12 % par rapport à 2007 (13 157 046 pages vues)

#### ► Les visites

Mars 2008 : 601 916

Janvier-mars 2008 : 1 796 371. Soit + 19 % par rapport à 2007 (1 512 440 visites)

#### ► Les visiteurs

Mars 2008 : 556 944

Janvier-mars 2008 : 1 668 507. Soit + 19 % par rapport à 2007 (1 398 593 visiteurs)

### ■ Quoi de neuf sur www.parisinfo.com ?

Dans la perspective d'une refonte totale du site grand public [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com), l'Office a lancé trois importantes études : un test utilisateurs auprès de touristes de toutes les nationalités ; un audit ergonomique, fonctionnel et graphique ; un « benchmark » portant sur quatre sites concurrents (Londres, Stockholm, Berlin, New York), sans oublier l'enquête menée du 1<sup>er</sup> juillet au 30 septembre 2007 auprès de 4 434 internautes afin de mieux connaître la notoriété du site, le profil de leur comportement de recherche et d'achat, et leur niveau de satisfaction vis-à-vis du site (résultats communiqués dans *Paris Tourisme Infos N°21*).

## Accueil et information : du nouveau

### ■ Gare de l'Est, le nouveau bureau d'accueil de l'Office est ouvert

L'Office a ouvert son nouveau bureau d'accueil en Gare de l'Est. Il conforte ainsi sa politique, impulsée par la Ville de Paris, de déploiement des points d'accueil sur les lieux de passage obligés de la capitale.

Au cœur d'un espace commerçant entièrement rénové, ce point se veut la halte unique pour se procurer informations et produits nécessaires au bon déroulement d'un séjour parisien réussi.

Ouvert de 7 h à 20 h toute l'année, du lundi au samedi, ce bureau devrait recevoir quelque 50 000 touristes par an, une fréquentation légèrement supérieure à celle du bureau de la Gare de Lyon. La Gare de l'Est est un lieu stratégique d'arrivée qui connaît une nouvelle dynamique grâce au TGV Est Européen, qui met Paris à 2 h 20 de Strasbourg, à 3 h 20 de Bâle et Genève, et à moins de 4 h de Francfort et Stuttgart. Déjà desservi par un vaste réseau de transports urbains, la Gare de l'Est connaîtra un nouvel essor à l'horizon 2012 avec la mise en fonction du CDG Express.

### ■ 10 avril-5 novembre 2008 : ouverture du kiosque Clemenceau

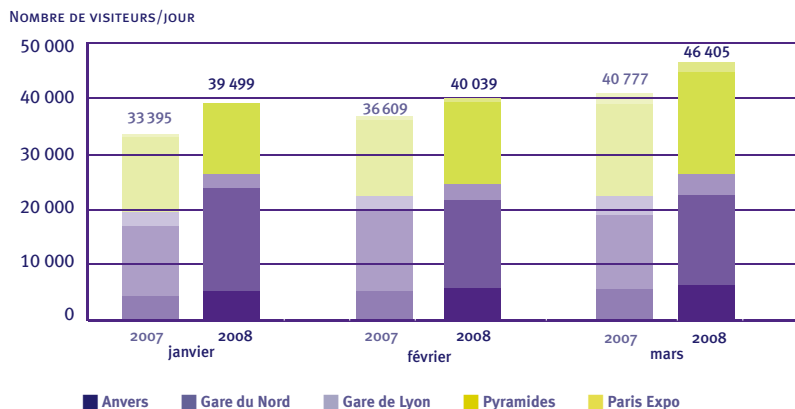
Prélude à l'opération saisonnière des « Ambassadeurs de l'accueil », le kiosque Clemenceau a ouvert le 10 avril et renseignera le public jusqu'en novembre.

Avec plus de 150 000 visiteurs, ce kiosque pilote avait enregistré les meilleurs résultats de fréquentation du dispositif des Ambassadeurs en 2007. Arborant les logos de la Mairie de Paris et de l'Office, six saisonniers s'y relaient pour offrir les mêmes services d'assistance que dans les bureaux pérennes.

Ouverture du kiosque : 9 h - 19 h.

M° Champs-Élysées – Clemenceau

## Fréquentation des bureaux d'accueil, chiffres et tendances



Tous bureaux confondus, avec 125 943 visiteurs de janvier à mars 2008, la fréquentation a augmenté de 13 % par rapport à 2007.

### ■ Palmarès de fréquentation des bureaux au premier trimestre

Avec 54 440 visiteurs, la Gare du Nord tient la corde, suivie du bureau des Pyramides (42 521 visiteurs), d'Anvers (17 618 visiteurs), de la Gare de Lyon (10 441) et de Paris Expo-Porte de Versailles (ouvert pendant les salons, 923 visiteurs).

### ■ Réservations hôtelières

Entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 mars 2008, 4 464 réservations hôtelières ont été effectuées via le système Fastbooking (en progression de 13 % sur 2007).

Ce total inclut les réservations effectuées par les agents d'accueil de l'Office (683 en 2008, - 9 % sur la même période en 2007) et les réservations en ligne sur [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com) (3 781 réservations en 2008, + 18 % par rapport à 2007).

### ■ Le service courrier

a traité 6 825 demandes entre janvier et mars 2008 (+ 21 % par rapport à la même période en 2007).

### ■ 08 92 68 3000 (0,34 €/min)

10 068 appels ont été traités entre janvier et mars 2008 (- 17 % par rapport à la même période en 2007).

## Parution des nouvelles éditions

### ■ 1,5 million de plans-guides 2008-2009

Premier document de la gamme grand public à revêtir les couleurs de l'année (aubergine, cerise, vert et rose), le plan-guide est paru fin mars. Son tirage progresse de 200 000 exemplaires pour faire face à une demande croissante.

### Le Paris City Passport 2008 est arrivé !

Pour la 3<sup>e</sup> année, le Paris City Passport fournit astuces et bons plans aux visiteurs auxquels il propose, contre 5 €, plus de 200 € de réduction dans une trentaine de sites parisiens (musées, grands magasins, lieux de spectacle, etc.). Bilingue français-anglais, non nominatif et valable jusqu'en décembre 2008, il peut être utilisé lors de différents séjours. Diffusé à 100 000 exemplaires, ce carnet d'avantages est vendu dans les bureaux d'accueil de l'Office et sur la boutique du site [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com). Il est offert lors des congrès et pendant les opérations de promotion à l'étranger.