

## TOUT SUR PARIS

L'Observatoire économique du tourisme parisien communique p 2  
Reprise de la fréquentation •  
Le tourisme des jeunes

L'actualité du secteur p 2  
Nuits capitales et États généraux de la nuit • Golden Blog Awards •  
Enquête accueil CRT

## TOUT SUR L'OFFICE

Les opérations d'accueil et d'image p 3  
« Soldes by Paris » et  
« Paris romantique » 2011

Marketing loisirs et affaires, promouvoir Paris p 3  
Paris et le Mobile World Congress •  
L'Office soutient Pasteurdon •  
Les Comités Paris en 2011 • Mission Comité Paris au Brésil • Rendez-vous en France 2011 • Opération affaires à Londres • Focus sur la Scandinavie • M&I Forum • Démarchage innovant en Allemagne

L'Office, plate-forme d'échange pour ses adhérents p 6  
Réunions de présentation de marchés • Eductours • Commission des taxis • Bilan du Forum des loisirs culturels • Bilan des adhésions • Soirée des nouveaux adhérents • Agendas janvier-mars

Paris, destination durable p 7  
L'Office informe sur les écolabels

La vie du web p 7  
Site Convention • Nouveaux dossiers • Multiplication des partenariats • Fréquentation des sites

Accueil et information p 8  
Fréquentation des bureaux • Bilan Ambassadeurs de l'accueil 2010 • Nouvelles vitrines

## Paris tourisme infos

Directeur de la publication : Paul Roll  
Rédacteur en chef : Marie-Christine Rabot  
Rédacteur : Aude Maireau  
Mise en page : OTCP  
Révision : Caroline Hilaire

## Éditorial

### 2010 sera un grand cru



© OTCP / Amélie Dupont

Si nous devons faire un vœu pour 2011, souhaitons que le tourisme parisien suive la progression de 2010. La reprise très rapide de la fréquentation, même sans le retour pourtant très attendu de la clientèle américaine, aura été la bonne nouvelle de l'année écoulée. Nous le constatons, les statistiques confirment les prévisions du bilan estival : Paris envisage la fin d'année avec une augmentation de fréquentation

globale, frôlant + 6 % par rapport à 2009. Rejoignant peu ou prou 2008, l'année 2010 sera donc un grand cru.

Les surprises positives abondent. La reprise est soutenue comme jamais par la fréquentation française, qui devrait représenter 47 % de la fréquentation globale. Les arrivées en provenance des marchés émergents suivent une progression à deux chiffres, et le marché américain amorce malgré tout une timide reprise. Quant au marché japonais, bien que privé de *Silver Week* (5 jours de congés consécutifs) en 2010, ce qui a fait chuter sa fréquentation en septembre, il marque une progression voisine des 10 %. Les pays du Proche et Moyen-Orient « explosent », avec + 30 % de visiteurs. Les seuls bémols nous viennent de la Grande-Bretagne, pénalisée par la crise et l'affaiblissement de sa monnaie, et des Pays-Bas.

Autre point positif : sur fond de reprise, le scénario 2010 le plus probable était celui d'un retour des visiteurs, puis d'une hausse du RevPar (revenu par chambre) en 2011. Or, tous deux se conjuguent dès le premier trimestre 2010. En fin d'année, la progression du RevPar devrait atteindre 8 à 10 %, et le taux d'occupation, avoisiner 77 %, rejoignant le niveau de 2008.

Ainsi, 2011 démarre sous de bons augures. L'opération de promotion et d'image « Soldes by Paris » ancrera, pour la 5<sup>e</sup> année, la légitimité de Paris en tant que « capitale du shopping et de la mode » à l'occasion des soldes d'hiver. Elle sera suivie de « Paris romantique », rappelant que la capitale reste la destination idéale des amoureux. Soutenus par la Ville de Paris et la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, ces événements valorisent la mobilisation des adhérents, des commerçants et des partenaires, dont les offres se font de plus en plus nombreuses et séduisantes afin d'inciter les visiteurs à se rendre dans la capitale lors de ces mois traditionnellement « creux ». Suivront des mois bien remplis côté tourisme d'affaires, comme l'illustre notamment le congrès de l'Alzheimer's Association, l'International Conference on Alzheimer's Disease (ICAD).

Tourisme de loisirs et tourisme d'affaires confondus, misons sur 2011 pour, ensemble, battre des records.

### ■ Le tourisme des jeunes à Paris

Une prochaine étude de l'Observatoire analysera en détail le tourisme des jeunes à Paris, leurs habitudes ainsi que les équipements d'accueil qui leur sont proposés. Les premiers éléments récoltés révèlent l'importance de cette clientèle à une échelle mondiale. Selon l'Organisation mondiale du tourisme, la croissance moyenne du tourisme des jeunes est estimée entre 3 et 5 % par an. De 2005 à 2020, le nombre de nuitées générées par ce segment dans le monde devrait progresser de 80 %. Le tourisme des jeunes se mondialise et s'élargit progressivement aux clientèles des pays asiatiques, latino-américains et, dans une moindre mesure, africains.

En milieu urbain, cette clientèle a fait évoluer ses besoins : afin de répondre à la demande croissante d'intimité des jeunes touristes, les prestataires tendent à proposer davantage de chambres ou de salles de bains privatives.

Principalement concentrés dans l'Est parisien, les hébergements pour jeunes recensés par l'Office comptent 32 établissements pour environ 5 000 lits. Si l'on considère Paris et la petite couronne, 87 % des lits pour jeunes sont implantés dans la capitale.

## L'ACTUALITÉ DU SECTEUR

### ■ Nuits capitales et États généraux de la nuit

Du 17 au 21 novembre dernier, l'événement « Nuits capitales » a célébré les lieux parisiens de diffusion des musiques actuelles et de clubbing à travers des concerts, des spectacles et des soirées... Lancé par la Mairie de Paris et l'association Nuits vives, cet événement festif a réuni 500 artistes dans plus de 50 lieux de la vie nocturne parisienne, afin de mieux les faire connaître auprès des Parisiens, des Franciliens mais aussi des touristes. Trois conférences consacrées aux métiers de la nuit ont été organisées au Parc des exposi-



## Le troisième trimestre confirme la reprise de la fréquentation

**La reprise de la fréquentation touristique parisienne**, amorcée dès le quatrième trimestre 2009, s'est consolidée tout au long de l'année 2010. Elle a été soutenue par les visiteurs français, dans des proportions encore jamais atteintes en basse saison : au premier trimestre 2010, les nuitées hôtelières françaises ont enregistré une croissance de 14,9 %. Pour la première fois depuis au moins cinq ans, elles ont passé la barre des 3 millions. Les deux trimestres suivants ont connu une croissance des nuitées françaises, respectivement de 10,5 % et de 3,7 %. Les nuitées étrangères ont également progressé, avec une hausse de 2,4 % au premier trimestre (atteignant 4,2 millions de nuitées), de 4,6 % au deuxième (6,2 millions de nuitées) et de 7,4 % au troisième (7 millions de nuitées). Cette croissance est principalement due aux marchés émergents, dont les nuitées enregistrent une progression à deux chiffres : 17,1 % au premier trimestre (1,3 million de nuitées), 20,4 % au deuxième (2 millions de nuitées) et 21,2 % au troisième trimestre (2,2 millions de nuitées). Les nuitées chinoises augmentent ainsi de 39 % au troisième trimestre 2010 (111 383 nuitées).

**Parmi les marchés plus matures**, les nuitées hôtelières américaines ont cessé leur diminution. Après deux trimestres consécutifs de baisse, elles ont enregistré au troisième trimestre 2010 une légère augmentation de 0,5 %, pour atteindre 1,1 million de nuitées. Les nuitées des visiteurs du Proche et du Moyen-Orient ont augmenté, quant à elles, de 26,4 % pour se fixer à 365 000 nuitées. En revanche, les fréquentations du Royaume-Uni et des Pays-Bas continuent de s'amoinrir avec respectivement - 7 % et - 19,4 % de nuitées au troisième trimestre 2010.

**Le RevPAR des hôtels parisiens** a progressé de 10,8 % entre janvier et septembre, et se fixe à 116,40 €. Les prix moyens ont augmenté sur cette période de + 5,4 % (146,30 €) et le taux d'occupation de 3,4 points (79,5 %).

tions pour mieux informer les jeunes et les demandeurs d'emploi sur les opportunités de carrières dans le secteur.

La vie nocturne parisienne était également au cœur des premiers États généraux de la nuit, qui se sont tenus les 12 et 13 novembre, et ont permis de poser de nombreuses questions sur le travail de nuit, les nuisances sonores, la nécessité que Paris demeure une ville qui bouge. Élus, professionnels de la nuit, représentants d'associations de riverains..., près d'un millier de participants se sont réunis pour cet événement organisé par la Mairie de Paris, avec la région Île-de-France et la préfecture de police. Plusieurs mesures ont été proposées afin de faire vivre Paris la nuit en conciliant les usages nocturnes. Quelques exemples :

- mise en place d'un dispositif de médiation de rue, propre aux problèmes de la nuit festive, fonctionnant de 22h à 3h du matin ;
- aide au financement de l'insonorisation de lieux de diffusion musicale par la Ville de Paris et la Région, et réalisation d'études d'objectivation des nuisances sonores par Bruitparif ;
- poursuite de la concertation sur le nouveau règlement des terrasses ;
- création de parcours nocturnes patrimoine-lieux festifs et d'un réseau d'« ambassadeurs de nuit ».

→ Retrouvez les informations sur les États généraux de la nuit sur [www.paris.fr](http://www.paris.fr).

### ■ La Mairie de Paris récompense les meilleurs blogs

Les Golden Blog Awards Paris, première cérémonie récompensant les blogueurs français, s'est déroulée le 17 novembre dernier à l'Hôtel de Ville. À travers cet événement soutenu par Jean-Bernard Bros, adjoint chargé du Tourisme et des Nouveaux Médias locaux, la Ville de Paris a salué le dynamisme de la blogosphère française. Blogueurs, jurys, internautes et partenaires : plus de 1 200 personnes se sont retrouvées pour assister à la cérémonie qui primait 15 catégories (voyage, culture, écologie, économie, *lifestyle*, cuisine...).

→ Pour en savoir plus : [www.golden-blog-awards.fr](http://www.golden-blog-awards.fr).



### ■ Paris sait accueillir ses touristes

L'enquête « 24 heures dans une capitale touristique », menée par le Comité Régional du Tourisme Paris - Île-de-France, classe Paris en 2<sup>e</sup> position pour la qualité de son accueil. Réalisée grâce à des visites mystères effectuées à Amsterdam, Berlin, Londres, Madrid, Paris et Rome, l'étude place la capitale française juste derrière son homologue britannique avec 79 % de critères positifs.

→ Plus d'information sur [www.nouveau-paris-ile-de-france.fr](http://www.nouveau-paris-ile-de-france.fr)

### « Soldes by Paris » prépare son lancement en janvier

La cinquième édition de « Soldes by Paris », destinée à promouvoir Paris comme « la » capitale du shopping et de la mode, et à renforcer son attractivité en période de basse fréquentation touristique, approche à grands pas. Une première conférence de presse, organisée le 19 octobre à l'Office, a permis d'informer la presse – prioritairement hebdomadaire, mensuelle et étrangère – sur le dispositif de l'opération afin d'en assurer la plus grande visibilité auprès des touristes du monde entier. Elle a réuni une vingtaine de journalistes, laissant présager de belles retombées sur l'opération. Fin novembre, près de 50 articles étaient déjà parus pour annoncer l'événement, notamment dans *Le Parisien*, *Métro Belgique*, *Marie Claire Belgique* et *Le Quotidien du tourisme*.

### Le nom de l'égérie de l'opération 2011

a été révélé lors de cette conférence : après Jean-Claude Jitrois en 2010, c'est la styliste Nathalie Garçon qui a été choisie pour être Ambassadrice de « Paris, capitale du shopping et de la mode ».



Les offres des adhérents de l'Office ont une nouvelle fois été à la hauteur et sont citées dans la majeure partie des retombées de presse. La mobilisation des professionnels du tourisme parisiens pour inciter les visiteurs à profiter d'un séjour shopping dans la capitale a d'ores et déjà été très relayée. Depuis le 1<sup>er</sup> novembre, l'ensemble des offres est consultable en quatre langues (français, anglais, espagnol, allemand) sur le site de l'opération [www.shopping-byparis.com](http://www.shopping-byparis.com) – où se trouve également le *Paris Shopping Book 2011* en version interactive. Lancement de l'opération le 11 janvier à l'Hôtel de Ville.

### « Paris romantique » dévoile ses atouts

Après « Soldes by Paris », c'est l'opération « Paris romantique » qui séduira les touristes. Pour la cinquième année consécutive, l'Office mobilise ses adhérents afin de proposer aux visiteurs français et étrangers des offres attractives tout au long de février et les inciter à profiter d'un séjour à Paris à un amour de prix.

Depuis le 1<sup>er</sup> décembre, les offres des adhérents sont en ligne sur [parisinfo.com](http://parisinfo.com) (disponibles en français et en anglais) et mises en avant grâce à une bannière spécifique. Une sélection des propositions les plus attractives a été diffusée à la presse française et étrangère mi-novembre, accompagnant le communiqué de presse sur l'opération.

Nouveauté cette année : sur présentation d'une carte postale « Paris romantique », à retirer à l'Office (25, rue des Pyramides, dans le 1<sup>er</sup> arrondissement), les touristes et les Parisiens se verront offrir un cadeau et pourront profiter d'une réduction de 10 % sur leurs achats du 10 au 20 février 2011 auprès des boutiques de deux partenaires de l'Office : L'Occitane en Provence (adhérent) et Pierre Marcolini.

Le 14 février 2011, la maison Pierre Hermé offrira, également sur présentation d'une carte postale « Paris romantique », un macaron dans chacune de ses boutiques parisiennes et invite à découvrir celles-ci en profitant d'un parcours romantique et gourmand.

À l'occasion de l'événement, les vitrines du bureau principal de l'Office seront décorées aux couleurs de la romance par les élèves de l'école Négocia, dans le cadre d'un partenariat avec la CCIP Paris. L'Office propose également aux visiteurs des itinéraires romantiques pour (re)découvrir la capitale en fonction de leur durée de séjour (1 jour, 1 week-end, 1 semaine, grandes occasions) en ligne sur [parisinfo.com](http://parisinfo.com).

### Les adhérents mobilisés

Les opérations « Soldes by Paris » et « Paris romantique » révèlent une mobilisation toujours plus forte des adhérents aux côtés de l'Office pour promouvoir la capitale à l'international et inciter les visiteurs à y réserver un séjour : au total, 455 offres ont été proposées par les professionnels pour les deux événements (443 en 2010), dont 297 pour « Soldes by Paris » et 158 pour « Paris romantique ».

→ Retrouvez la présentation des deux opérations sur <http://pro.parisinfo.com>.



### L'actualité du segment congrès

#### → Paris, candidate pour accueillir le Mobile World Congress

Paris a été sélectionnée avec cinq autres villes pour être candidate à l'accueil du Mobile World Congress (MWC), le plus important congrès de téléphonie mobile au monde. Le MWC, qui rassemble chaque année près de 55 000 délégués, se tient depuis 2006 à Barcelone. Une compétition acharnée a débuté entre Paris, Barcelone, Amsterdam, Munich, Milan et Cologne, pour accueillir de 2013 à 2017 cet événement d'envergure.

Nommé officiellement par la Ville de Paris comme représentant de cette candidature, l'Office assure depuis fin août la coordination entre les différents acteurs que sont la Ville, la Région, l'Agence régionale de développement, l'État, Viparis et les pôles de compétitivité, afin de recueillir tous les éléments d'information à apporter aux décideurs.

La mobilisation a été intense pour ce congrès qui représente des enjeux de taille, aussi bien en termes d'image pour l'industrie du mobile que de retombées économiques pour la destination et les professionnels du tourisme parisiens. En janvier 2011, trois villes resteront dans la course. La sélection finale sera annoncée en juillet 2011.

#### → L'Office soutient Pasteurdon



L'Office a soutenu l'Institut Pasteur lors de sa grande opération annuelle d'appels à dons, qui s'est déroulée du 14 au 24 octobre dernier. Afin d'augmenter la visibilité de la campagne, une bannière renvoyant directement vers le site de l'Institut a ainsi été publiée sur toutes les pages du site [convention.parisinfo.com](http://convention.parisinfo.com). Le Bureau des Congrès s'est vu remercier par une insertion dans la rubrique « Ils nous soutiennent » du site [pasteurdon.fr](http://pasteurdon.fr).

→ Pour en savoir plus : [www.aiderpasteur.fr](http://www.aiderpasteur.fr).

## ■ La démarche Comités

### → Mission Comité Paris au Brésil

Du 20 au 25 septembre, pour la troisième année consécutive, l'Office et 16 partenaires parisiens se sont rendus au Brésil (à São Paulo puis à Rio) pour une mission Comité Paris. Cette action s'avérait d'autant plus décisive que l'excellente santé économique du pays, associée à l'ascension d'une partie des familles modestes vers les classes moyennes, laisse présager une forte hausse du nombre de touristes brésiliens à l'étranger, et notamment en France. Le programme mis en place au Brésil était précédé d'un démarchage au Chili, du 14 au 15 septembre (Santiago, avec 3 professionnels parisiens), et en Argentine, du 15 au 17 septembre (Buenos Aires, avec 6 professionnels parisiens).

Les journées de démarchage, déjeuners et dîners professionnels dans chaque pays, ont permis de mieux cerner les clientèles et les attentes des acteurs touristiques de ces marchés.

Les opérateurs rencontrés sont, dans l'ensemble, satisfaits de leur activité en 2010 et semblent confiants pour 2011.

Les données essentielles pour chaque marché, concernant le contexte économique, les liaisons aériennes et les clientèles, ont été actualisées.



### → CHILI

#### Contexte économique

Sur la seconde partie de l'année 2010, la bonne santé de l'économie, l'évolution favorable du taux de change peso/euro et le report des voyages non effectués en début d'année laissent espérer une croissance de l'activité touristique de 20 %. En 2010, l'activité touristique devrait croître de 10 %.

#### Liaisons aériennes

Depuis le mois de septembre, l'ouverture de la ligne aérienne Santiago-Madrid-Paris par la compagnie LAN et la promotion qui l'accompagne ont un effet bénéfique sur les flux touristiques vers la France (Santiago-Paris : 10 vols hebdomadaires ; Santiago-Madrid : 14 vols hebdomadaires).

#### Clientèle

La France accueille chaque année environ 20 000 visiteurs chiliens. Il s'agit plutôt d'une clientèle individuelle ; il y a encore peu de groupes incitatives chiliens en Europe. Les Chiliens choisissent généralement un hébergement en hôtel 3 à 5\* sur le segment loisirs, 4 ou 5\* sur le segment affaires. Ils réservent leur hébergement en amont et organisent leurs excursions sur place.

## Comités Paris : pleins feux sur 2011

**Les inscriptions pour les différents Comités Paris 2011** sont closes. L'Office est rejoint par des partenaires toujours plus nombreux : ils sont passés de 73 en 2010 à 80 pour l'année à venir. L'Office s'attache à adapter en permanence cette démarche mise en place en 1998 aux attentes des professionnels parisiens, en proposant tout au long de l'année :

- des missions Paris Comité ciblées ;
- une familiarisation avec les évolutions des marchés, les attentes, l'accueil et les services à réserver aux clientèles ;
- des mises en relation avec des prescripteurs basés à Paris, en Europe ou sur les marchés ;
- des outils de communication innovants.

**En 2011, les 7 marchés des Comités** (Brésil et Argentine, Chine incluant Hong Kong et Taïwan, Corée, États-Unis, Inde, Japon, Russie) seront travaillés de manière tout aussi intensive que les années précédentes. La stratégie de l'Office tiendra compte des phénomènes qu'il a pu observer en étant à l'écoute des adhérents, à savoir le regain d'intérêt des professionnels parisiens pour le marché chinois et la nécessité d'inscrire de nouveau une mission Paris Comité en Chine – se substituant à la participation à l'opération nationale d'Atout France –, et le nombre grandissant de partenaires s'intéressant aux marchés coréen et indien.

**L'Office déploiera également ses actions** sur les nouveaux marchés prometteurs pour la destination :

- le Moyen-Orient, dont la fréquentation des visiteurs à Paris enregistre une forte hausse et s'accroît également hors période estivale ;
- la Pologne, marché phare de l'Europe de l'Est ;
- le Mexique, qui connaît un fort développement économique.

**L'édition 2011 du Manuel des ventes**, qui paraîtra en janvier, présentera les partenaires concernés. Il mentionnera la stratégie et les dates des prochaines missions à l'étranger.



### → ARGENTINE

#### Contexte économique

Le FMI a prévu une croissance du PIB de 3 % en 2010. L'inflation est toujours forte, entre 24 et 27 %, mais le taux de chômage reste inférieur à 10 %.

De janvier à juin 2010, le peso s'est renchéri par rapport à l'euro ; entre juin et octobre, il était presque redescendu à son niveau de début d'année.

#### Liaisons aériennes

Les vols directs vers l'Espagne, porte d'entrée vers l'Europe pour les Argentins, se multiplient (69 vols directs hebdomadaires Buenos Aires-Europe, dont 33 vols vers l'Espagne, 11 vers l'Italie, 7 vers Paris).

#### Clientèle

1,4 million d'Argentins voyagent à l'étranger, dont environ 460 000 en Europe et 170 000 en France. La clientèle est individuelle à 80 %. La durée moyenne des séjours en Europe est de 7 à 10 jours. La saisonnalité des séjours s'étend d'avril à septembre. L'hébergement se fait en hôtel 3, 4 et 5\*. Près de 70 % des touristes argentins organisent eux-mêmes leur voyage, sans passer par un opérateur.

### → BRÉSIL

#### Contexte économique

Pour 2010, le FMI a prévu une progression du PIB de 5,5 % et envisage un léger tassement de la croissance en 2011 à 4,1 %.

En 2010, les tour-opérateurs ont annoncé des hausses de 15 à 20 % sur les circuits en Europe. Cette évolution s'explique par l'excellente tenue du real face à l'euro, de janvier à octobre 2010, et l'arrivée de consommateurs issus des nouvelles classes moyennes.

#### Liaisons aériennes

Chaque semaine, on compte 46 vols directs Brésil-France et 200 vols directs Brésil-Europe. La TAP est la 1<sup>re</sup> compagnie assurant des liaisons entre l'Europe et le Brésil.

#### Clientèle

Entre 2008 et 2009, près des 450 000 visiteurs brésiliens ont été accueillis en France. 90 % des touristes voyagent en individuels, dont 70 % pour des séjours de loisirs. Les Brésiliens voyagent toute l'année en Europe, avec des pics en mai-juin et en septembre-octobre. La durée moyenne de séjour est de 10 jours.

## Loisirs et affaires, des opérations sur mesure

### Rendez-vous en France 2011

La sixième édition des Rendez-vous en France se déroulera les 29 et 30 mars prochain à Bordeaux. Comme chaque année, l'Office y sera présent et fédérera les professionnels parisiens sur un espace « Paris-Île-de-France » au cœur du workshop. Le salon reste un événement incontournable pour la destination France, et tout particulièrement pour Paris, avec deux jours de rendez-vous préprogrammés et près de 900 tour-opérateurs présents en provenance de plus de 50 pays. Si la commercialisation a déjà commencé, il est encore temps de s'inscrire pour participer. L'Office, partenaire de l'événement, prend en charge 30 % des frais d'exposition — ce qui ramène le coût minimal pour les professionnels parisiens à 1 195 € HT (voire 885 € HT pour une première participation), incluant les repas, la soirée France, l'accès au module de prise de rendez-vous et une pleine visibilité dans le catalogue et sur le site Internet de l'événement.

→ Pour plus d'informations, contacter  
Élodie Berta ([eberta@parisinfo.com](mailto:eberta@parisinfo.com)).

### → Opération séduction à Londres



© Apollo Victoria Theatre

L'Office a accentué au dernier trimestre sa présence sur le segment « Affaires » du marché britannique, accompagnant les signes de reprise observés sur cette cible toujours prioritaire pour la destination. Si 2010 a encore été une année d'incertitude, les acteurs du marché font preuve d'un optimisme raisonné, laissant entrevoir de bonnes perspectives pour la destination, comme le révèle notamment deux rapports récents, « Industry Observer 2010 » ITM et « Grass Roots Meetings Industry Report 2010 ».

Le Bureau des Congrès adopte sur cette cible une stratégie alliant actions de prospection et de fidélisation. Il a renouvelé la formule habituelle de ses missions afin d'impliquer un nombre plus important d'adhérents. Du 18 au 20 octobre dernier, il a mené un démarchage à Londres auprès de prescripteurs pour le tourisme d'affaires

et a proposé aux partenaires de l'opération (Viparis, Cultural, Business Solutions Disneyland® Paris, Hôtel California Paris Champs-Élysées, Hôtel Hilton, Mon Hôtel, Starwood Hotels and Resorts, Galeries Lafayette) de participer à deux soirées.

La première, organisée par le magazine Meetings and Incentives, réunissait agences et fournisseurs à l'occasion d'une remise de prix récompensant les professionnels du secteur. La seconde proposait un événement plus intimiste auquel étaient conviés une quinzaine de clients sélectionnés par les partenaires avec l'aide du Bureau des Congrès : Grass Roots, W&O, Thomas Cook Sport, Banks Sadler, George P. Johnson, BSI... Le cocktail, organisé en première partie de soirée dans le bar privatisé de l'hôtel Grange Rochester, a permis de présenter les partenaires parisiens tout en favorisant le networking dans une atmosphère conviviale. Les participants ont ensuite assisté à la célèbre comédie musicale Wicked, à l'Apollo Victoria Theatre. Les nombreux remerciements spontanés des clients et l'enthousiasme des partenaires qui ont manifesté le souhait de renouveler cette formule en 2011 ont révélé le succès de l'opération.

### → Focus sur la Scandinavie

Première à l'Office : une conférence sur le marché scandinave réservée aux adhérents tourisme d'affaires a été organisée le 1<sup>er</sup> octobre dernier. Marché d'opportunité, marché de proximité, presque « marché de

niche » avec ses 25 millions d'habitants, la Scandinavie n'en est pas moins un marché particulièrement actif sur le segment affaires, grâce à sa culture de « grands voyageurs » et à son tissu économique de pointe. Par ailleurs, si les pays nordiques ont été affectés par la crise, leur pouvoir d'achat figure toujours parmi les plus élevés d'Europe.

La conférence a permis de rappeler les actions précédemment menées par l'Office et de présenter de façon détaillée les marchés. Lars Blichen-Hanser, ancien directeur du Bureau des Congrès de VisitDenmark, a ensuite fait part de son expertise sur les tendances et sur l'approche commerciale à adopter vis-à-vis des clientèles nordiques. Des conseils à suivre sans modération par les adhérents, à découvrir ou à retrouver dans la présentation Powerpoint de la conférence.

L'Office a continué sur sa lancée avec un éducteur dédié au marché scandinave pour 10 agences spécialisées dans le tourisme d'affaires, les 22 et 23 octobre dernier. Organisé en partenariat avec le Paris Marriott Rive gauche Hotel and Conference Center et le DMC Paris Chic, le programme proposait notamment la découverte du « Paris gourmet » avec Promenades des sens® ou encore un cours de cuisine et de mixologie (art du cocktail) avec Autour d'une table. Cette opération séduction a déjà généré quelques demandes...

## Démarchage innovant en Allemagne

**L'Allemagne demeure un des premiers marchés porteurs** pour la destination Paris. Véritable locomotive lors de la reprise de l'activité économique en Europe, se démarquant par son dynamisme industriel et économique, ce pays représente un fort potentiel sur le segment du tourisme d'affaires. En effet, l'augmentation des demandes en provenance des organisateurs d'événements de ce marché confirme cette reprise, observée dès le début 2010, et encourage la poursuite d'actions de promotion ciblées.

**Le Bureau des Congrès a ainsi participé au démarchage Allemagne** organisé par ATOUT FRANCE du 9 au 12 novembre 2010, autour du thème de l'innovation en France « Innovation auf Französisch », ligne de communication commune aux 11 partenaires français participants à cet événement.

**Le programme, développé pour être en phase avec les attentes** des professionnels allemands, comprenait 3 soirées dans 3 villes – Düsseldorf, Berlin et Hambourg –, chacune au centre d'un bassin économique porteur. Cette opération a permis de rencontrer près de 120 organisateurs d'événements en agence ou en entreprise. Lors de chaque soirée, les invités pouvaient participer à quatre ateliers, animés par un fromager, un œnologue, un parfumeur et un DJ-musicien, et par trois partenaires français, qui présentaient leur produit ou leur destination sous l'angle de l'innovation. La convivialité de telles soirées se révèle propice à la consolidation des relations, à la fidélisation des contacts et à la rencontre de nouveaux interlocuteurs.

**Cette opération, qui a rencontré un franc succès auprès des participants**, illustre une démarche positive d'optimisation : elle a permis de rencontrer en un seul déplacement les acteurs événementiels majeurs du secteur.

## → L'Office participe au M&I Forum

Pour la première fois, l'Office a participé au M&I Forum à Cannes, du 27 au 30 octobre. En partenariat avec Starwood Hotels and Resorts, il a présenté l'offre parisienne en matière de tourisme d'affaires à près de 50 prospects, essentiellement des agences basées en Europe. Cette opération au format *speed dating* a permis de constater une nette tendance à la reprise pour 2011.

## L'OFFICE, PLATE-FORME D'ÉCHANGE POUR SES ADHÉRENTS

### ■ Réunions de présentation des marchés

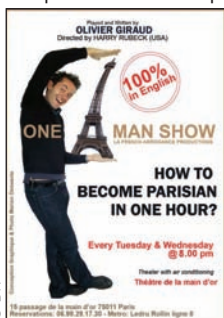
Les réunions de présentation de marché permettent aux adhérents de bénéficier des connaissances de l'Office sur une cible précise.

Le 14 octobre, suite à la mission Comité Paris au Brésil (voir page 4), une réunion sur le marché brésilien a été organisée à l'Office. Elle a rassemblé 57 participants pour leur présenter les caractéristiques du marché et le bilan de la mission. Le 30 novembre, la Chine était à l'honneur lors d'une réunion qui a rassemblé 60 participants. La croissance de ce pays en 2010 devrait atteindre + 9,7 %. Cette bonne santé de l'économie chinoise constitue un facteur majeur de développement du tourisme et devrait engendrer une augmentation des flux pour atteindre, en 2020, 2 millions de visiteurs à Paris sur les segments loisirs, affaires et incentive.

→ Retrouvez les bilans des réunions dans la rubrique « Nos Dossiers » du site <http://pro.parisinfo.com>.

### ■ Éductours

Le mercredi 8 décembre s'est tenu un éductour autour de l'exposition « Science et fiction » (SF) à la Cité des sciences et de l'industrie. Cet événement présente l'une des plus grandes collections d'Europe d'objets originaux ayant servi aux tournages de films cultes de la SF, ainsi que des ouvrages anciens et des manuscrits de la Bibliothèque nationale de France. L'éductour a permis aux 350 participants de (re)découvrir l'un des sites les plus fréquentés de la capitale.



L'Office proposera à ses adhérents le 11 février 2011 un éductour sur le spectacle « How to become a Parisian in one hour », au théâtre de la Main d'or, seul *one-man show* en anglais à Paris, 100 % humour

## Les manifestations « adhérents »

Février	« Paris romantique »
11	Éductour sur le spectacle « How to become a Parisian in one hour » <b>L</b>
15	Réunion de présentation de marché Hong Kong, Taipei <b>L</b> <b>A</b>

Pour assister à ces événements, inscrivez-vous sur <http://pro.parisinfo.com>.

**L** Réunion destinée aux adhérents « Loisirs » **A** Réunion destinée aux adhérents « Affaires »

## Les actions marketing de l'Office

Janvier	« Paris shopping »
11	* Réunion Comité Inde Inde / Loisirs
13	* Réunion Comité Russie Russie / Loisirs
18	* Réunion Comité Corée Corée / Loisirs
20	* Réunion partenaires Comités 2011 Multimarché / Loisirs
21	* Réunion Comité Japon Japon / Loisirs
24-28	Éductour États-Unis États-Unis / Loisirs
25	* Réunion Comité Chine Chine / Loisirs

Février	«Paris romantique »
1 <sup>er</sup>	* Rencontre Comité Corée / opérateurs basés à Paris Corée / Loisirs
7-11	Éductour Inde Inde / Loisirs
10	* Rencontre Comité Inde / opérateurs basés à Paris Inde / Loisirs
14-18	* Mission Paris Comité Russie-Ukraine (Moscou, Kiev) Russie, Ukraine / Loisirs
21	* Rencontre Comité Japon / opérateurs basés à Paris Japon / Loisirs
25	* Réunion Comité Brésil Brésil / Loisirs
28-4 mars	* Mission Paris Comité Inde (New Delhi, Mumbai) Inde / Loisirs

Mars	« Paris bien-être »
14-18	Éductour Chine Chine / Loisirs
22	* Rencontre Comité Chine / opérateurs basés à Paris Chine / Loisirs
24	* Réunion Comité États-Unis États-Unis / Loisirs
28-30	Rendez-vous en France à Bordeaux Multimarché / Loisirs
30	* Petit déjeuner de la délégation Chine et partenaires, espace Paris-Île-de-France, Rendez-vous en France Chine / Loisirs

Pour participer aux démarchages et aux workshops, inscrivez-vous auprès de vos contacts habituels sur les marchés ou de Brigitte Camus ([bcamus@parisinfo.com](mailto:bcamus@parisinfo.com)).

\* Réunion réservée aux membres des Comités Paris.

français, 100 % en anglais et 100 % facile à comprendre pour le public français !

### ■ Commission des taxis et voitures de petite remise

L'Office a participé à la Commission des taxis et voitures de petite remise, qui s'est tenue le 19 novembre 2010 à la préfecture de police de Paris. Cette réunion fut l'occasion de faire le point sur la mise en œuvre de l'accord du 28 mai 2008, dont le nouveau dispositif lumineux rouge et vert, l'harmonisation de la charte graphique des taxis parisiens (couleur noire pour le toit et les montants), la création de nouvelles licences et l'expérimentation de taxis à motorisation électrique.

→ Pour en savoir plus, consultez la rubrique « Nos Dossiers » du site <http://pro.parisinfo.com>.

### ■ Bilan du Forum des loisirs culturels 2010

Plus de 300 visiteurs, principalement membres de comités d'entreprise et représentants de collectivités, se sont rendus au Forum des loisirs culturels 2010, le lundi 15 novembre, au château de Versailles. L'Office, coorganisateur, y a convié ses adhérents. Ils ont pu rencontrer les 57 exposants et profiter de visites guidées du château et de l'exposition « Murakami ».

→ Retrouvez les informations des 115 sites présents dans la rubrique « Actualité » du site <http://pro.parisinfo.com>.



© F. Kleinfenn / Château de Versailles

## ■ Bilan des adhésions

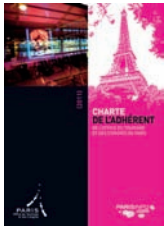
Les adhésions pour l'année 2010 sont closes. L'Office enregistre 2 127 adhérents, dont 148 nouveaux, selon la répartition suivante :

- Hébergements : 1 291 (dont 179 « tourisme d'affaires ») ;
- Restaurants : 278 (dont 83 « tourisme d'affaires ») ;
- Divers : 558 (dont 228 « tourisme d'affaires »).

Soit :

- 1 637 adhérents « tourisme de loisirs » ;
- 490 adhérents « tourisme d'affaires ».

Le conseil d'administration de l'Office, qui s'est tenu le 23 novembre 2010, a voté une augmentation des cotisations de 5 %



pour l'année 2011. Les appels à cotisation seront envoyés aux adhérents en décembre, accompagnés de la *Charte de l'adhérent* 2011. La date limite de paiement a été fixée au 31 janvier 2011.

## ■ Soirée des nouveaux adhérents

La soirée des nouveaux adhérents s'est déroulée le 24 novembre dernier. Comme chaque année depuis 2008, les équipes de l'Office ont été heureuses d'accueillir les professionnels nouvellement adhérents à une soirée cocktail animée d'une tombola, afin de faire connaissance et de faciliter les échanges professionnels. L'Office compte 148 sociétés nouvellement adhérentes pour l'année 2011.

## PARIS, DESTINATION DURABLE

### ■ L'Office informe ses adhérents sur les écolabels

Le 14 décembre, les hébergeurs adhérents ont été conviés par l'Office et ATOUT FRANCE à une réunion d'information consacrée aux écolabels dans l'hébergement touristique parisien. Cette initiative fait suite à l'enquête réalisée en début d'année 2010, qui a confirmé qu'un grand nombre de professionnels souhaitent bénéficier d'informations précises sur les démarches à engager, sur les distinctions entre les différents labels et sur les aides existantes en matière de développement durable, enjeu essentiel pour les années à venir.

Afin de guider les adhérents dans le choix d'un label et de répondre à leur besoin d'information, l'Office et ATOUT FRANCE ont sollicité les principaux organismes concernés afin qu'ils présentent les caractéristiques qui différencient l'Écolabel européen, La clef verte, la certification Green Globe et la norme ISO-14001. Les professionnels présents ont également pu bénéficier d'une intervention particulière-



ment pertinente de l'agence de voyages en ligne voyages-sncf.com, permettant de mieux connaître les attentes des voyageurs en matière de tourisme responsable et de réfléchir au développement d'une offre d'hébergement adaptée à Paris. Les interventions ont été suivies de témoignages d'hôteliers parisiens, principalement adhérents de l'Office, dont les établissements sont déjà labellisés ou certifiés, afin d'apporter aux participants une information à la fois concrète et objective. Une cinquantaine d'adhérents ont participé à la réunion.

→ Retrouvez le compte-rendu des interventions sur <http://pro.parisinfo.com>.

## LA VIE DU WEB

### ■ Convention.parisinfo.com valorise les adhérents « affaires »

À ne pas oublier pour les adhérents : une rubrique « Actus », accessible directement depuis la page d'accueil du site convention.parisinfo.com, offre une grande visibilité à près de 500 professionnels parisiens. Les organisateurs d'événements (entreprises, agences et associations) peuvent y retrouver les ouvertures et rénovations de lieux, de nouvelles activités incentives ou encore des cas clients.

→ Pour communiquer vos informations et faire part de vos nouveautés, écrivez à [convention@parisinfo.com](mailto:convention@parisinfo.com).

### ■ Culture, arts, famille, de nouveaux dossiers sur parisinfo.com

Parisinfo.com a proposé aux internautes une rentrée riche en informations. Pour qu'ils puissent tout savoir des événements incontournables, un dossier spécial « Rentrée culturelle » a été mis en ligne, présentant les sorties et les bons plans parisiens à ne pas manquer jusqu'à la fin de l'année 2010. Expos, cinés, concerts, fêtes, salons, spectacles : les six rubriques du dossier ont généré 50 000 pages vues.

Les dossiers thématiques ont, quant à eux, suivi leur rythme de mise en ligne mensuelle, avec la parution en septembre de « Paris patrimoine », à l'occasion des Journées européennes du patrimoine, et en octobre de « Paris arts », à l'occasion de la Foire internationale d'art contemporain. Les touristes préparant un séjour dans la capitale avec leur(s) enfant(s) ont pu, dès novembre, dessiner leur feuille de route grâce au dossier « Vivez Paris en famille », qui regroupe tous les lieux et activités à découvrir en famille, à Paris et en Île-de-France.

→ Retrouvez tous les dossiers sur [parisinfo.com](http://parisinfo.com).



© OTCP

## Des partenariats toujours plus nombreux sur parisinfo.com

**L'Office continue de développer les partenariats sur parisinfo.com.** L'objectif premier de cette démarche est de faciliter le séjour des touristes en leur offrant la possibilité de bénéficier du plus grand nombre de services possible à partir d'un seul et même site. Depuis le 1<sup>er</sup> octobre, les internautes peuvent ainsi réserver leur spectacle directement *via* les liens commerciaux mis en place avec Ticketnet. Proposant des billets pour les expositions, les spectacles de théâtre, les opéras et les comédies musicales, ce nouveau service de billetterie a généré 370 réservations en un mois.

**Les internautes peuvent également découvrir et réserver de nombreux appartements meublés** en plein cœur de la capitale grâce au prolongement jusqu'à la fin de l'année du partenariat avec 1 000 et 1 Paris, service de réservation d'appartements par Internet, qui permet la mise en avant de sa campagne de publicité sur parisinfo.com.

**Côté restaurants, un accord vient d'être signé avec La Fourchette** afin d'aider les touristes à réserver leur table dans la capitale directement *via* parisinfo.com.

## Fréquentation web

### Parisinfo.com

#### Pages vues

Octobre 2010	3 762 009
Janvier-octobre	36 164 506

#### Visites

Octobre 2010	708 943
Janvier-octobre	6 792 544

#### Visiteurs

Octobre 2010	570 739
Janvier-octobre	5 169 652

### Convention.parisinfo.com

#### Pages vues

Octobre 2010	13 808
Janvier-octobre	134 580

#### Visites

Octobre 2010	4 525
Janvier-octobre	43 580

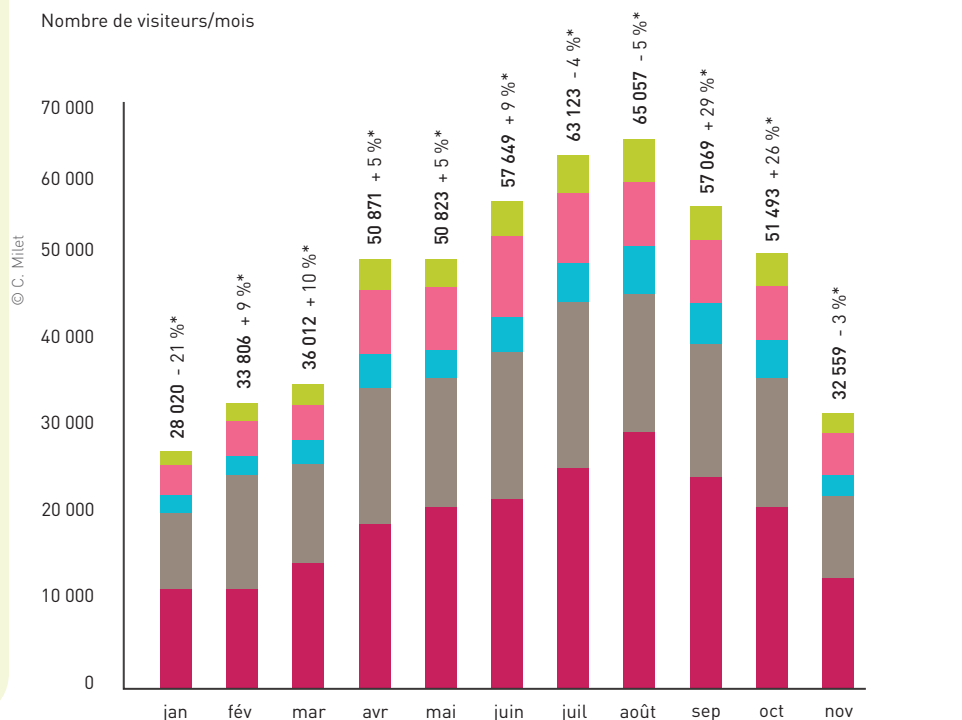
#### Visiteurs

Octobre 2010	3 214
Janvier-octobre	30 727

## ■ Fréquentation des bureaux de l'Office

De janvier à novembre 2010, les bureaux d'accueil de l'Office ont accueilli près de 526 500 visiteurs, soit 5 % de plus qu'en 2009 à la même période.

Nombre de visiteurs/mois



\* Évolution par rapport à 2009

■ Pyramides ■ Gare du Nord ■ Gare de Lyon ■ Anvers ■ Gare de l'Est

## ACCUEIL ET INFORMATION

### ■ 200 000 visiteurs renseignés par les « Ambassadeurs de l'accueil »

Du 3 juin au 3 novembre 2010, 200 000 visiteurs ont été renseignés dans les kiosques des « Ambassadeurs de l'accueil ». Cette opération, qui a pour objectif de mieux accueillir les touristes grâce à un réseau de points d'informations touristiques saisonniers, implantés sur les lieux les plus fréquentés de la capitale, confirme son succès. Elle fêtait cette année son 10<sup>e</sup> anniversaire.

Tout au long de la saison, 22 Ambassadeurs, encadrés par deux agents d'accueil permanents et un coordinateur, se sont relayés pour informer, orienter et conseiller les



© OTCP

visiteurs. Ils ont renseigné les touristes dans neuf langues (français, anglais, italien, allemand, espagnol, chinois, russe, portugais et polonais) dans les kiosques situés à Clemenceau, Notre-Dame, du 3 juin au 3 novembre, Hôtel de Ville et Bastille, du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août. Nouveauté 2010 : un partenariat public-privé avec la Mairie de Paris a donné lieu à l'ouverture d'un point d'accueil situé à proximité du Père-Lachaise.

Sur l'ensemble de l'opération, quatre nationalités (France, Espagne, Italie, Etats-Unis) se répartissent près de la moitié des visiteurs (49 %).

La RATP, partenaire de la première heure, a embauché 250 agents d'information saisonniers, répartis sur 44 stands d'information dans les grandes stations de métro et gares RER. Du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août, les « gilets verts » ont renseigné les touristes sur l'usage des transports en commun et mis à disposition plusieurs supports d'information de l'Office. Une campagne d'affichage, apposée en début ou en milieu de quai, permettait de promouvoir cette opération dans les stations de métro enregistrant les plus forts flux touristiques.

Ouvert de juin à septembre, le kiosque « Tourist' Info », installé sur le parvis de la

Défense, a renseigné en plusieurs langues les très nombreux touristes qui élargissent leur découverte de Paris au site de la Défense. Le Comité départemental du tourisme des Hauts-de-Seine et l'Office de Tourisme et des Congrès de Paris étaient partenaires de cette initiative, également bien accueillie par les employés du site.

### ■ Nouvelle décoration et nouvelle signalétique pour l'Office

Les vitrines du bureau Pyramides de l'Office abritent depuis fin novembre et jusqu'à fin janvier une décoration sur le thème des fêtes de fin d'année et du shopping, imaginée par les étudiants de l'école de commerce Négocia (rattachée à la CCIP). Ils ont également conçu une nouvelle signalétique pérenne pour les vitrines.



© OTCP