



# Paris tourisme infos

Le journal des professionnels du tourisme parisien

sommaire

## Tout sur Paris 2

### Chiffres clés

#### L'Observatoire du Tourisme Parisien communique

- Janvier-juillet 2005, vers une année de référence ? 2
- Fréquentation hôtelière 2
- Durée de séjour et taux d'occupation 2
- Les principaux sites culturels parisiens 2
- Premier bilan de l'été pour la presse 2

### Infos pratiques

- Noctilien, 35 lignes de bus de nuit, toute l'année, 7j/7 3
- Réouverture de la Grande Nef du Grand Palais 3
- La qualité d'accueil des musées et monuments en hausse 3
- Les événements de l'automne 2005 4

### Nouveaux produits touristiques

- Paris Walks 3

## Tout sur l'Office 5

- Un nouveau relais de diffusion des éditions 5
- Bilan de l'opération « Les Ambassadeurs de l'accueil » 5

### Marketing de loisirs, des actions, des résultats

- Voyage de presse « Paris estival » 5
- Opération de promotion en Amérique du sud 5
- Agenda des actions marketing loisirs/communication 6
- Mission Paris au Japon 5
- Mission Paris en Corée 6
- Top Resa 6

### Bureau des Congrès de Paris, des actions, des résultats

- Une meilleure visibilité sur les marchés émergents : éductour Brésil, missions Chine et Japon 6
- Agenda des actions Bureau des Congrès 7
- Événement « Paris fête l'été à Bruxelles » 7
- 26<sup>e</sup> Congrès Mondial de l'Epilepsie 7

### Les actions

#### du Département Développement

- Tourisme participatif 7

### L'Office, des chiffres, des tendances

- Deux nouveaux points d'accueil 8
- Fréquentation et réservations hôtelières 8
- Demandes par e-mail, lettre et fax 8
- 0 892 68 3000 8
- www.parisinfo.com 8

## édito

### Madame Geneviève Roy

Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

Présidente de la Délégation de Paris

## Faire converger les stratégies des acteurs du tourisme

Si le tourisme parisien, comme celui des autres grandes capitales, est soumis aux aléas économiques et politiques, les résultats qui lui sont attribués cette année démontrent son rôle majeur pour l'économie de la capitale. Le tourisme est l'une des premières industries nationales. A cet égard, son développement figure parmi les toutes premières préoccupations de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris. Les retombées économiques de ce développement sont en effet importantes pour les hôtels, les restaurants, les commerces et les grands magasins, notamment en termes d'emplois créés. On peut aisément imaginer l'apport non négligeable des quelque 25 millions de touristes, également consommateurs, qui se rendent chaque année dans la capitale.

Tourisme de loisirs et tourisme d'affaires sont complémentaires. Malgré une concurrence de plus en plus vive, Paris occupe encore en 2005 la première place pour l'organisation des réunions internationales. La ville doit ce rang au renouvellement de ses structures d'affaires, à la capacité et à la qualité d'un parc hôtelier compétitif, ainsi qu'à la diversité de son offre culturelle et commerciale. Pour défendre cette position très enviée, les professionnels du secteur, conscients qu'il convient de ne pas « s'endormir sur leurs lauriers », réfléchissent avec la Ville de Paris, la Chambre de Commerce et l'Office à des actions communes pour renforcer l'attractivité de Paris.

Les actions de développement et de marketing gagneraient en effet à reposer sur une plus grande convergence des stratégies des acteurs du tourisme. Le regroupement des hôteliers et l'organisation de leurs réseaux d'information et de vente doit s'amplifier. L'hôtellerie haute et moyenne gamme utilise déjà toutes les ressources des nouvelles technologies ; l'avenir de l'hôtellerie économique dépend de sa politique d'union et de modernisation. L'action des professionnels doit aussi pouvoir être accompagnée par une plus grande implication des collectivités publiques, notamment en ce qui concerne l'enjeu stratégique des salons internationaux.

Je tiens à saluer les initiatives de l'Office qui multiplie les points d'accueil dans Paris et mène des actions de promotion concertées avec les professionnels parisiens. Je me réjouis que ses membres adhérents participent à la diffusion de ses éditions, ce qui valorise leur rôle primordial dans l'accueil des visiteurs à Paris.

Les premiers résultats de fréquentation de l'année sont plutôt optimistes bien qu'encore fragiles. Sur tous les fronts, loisirs et affaires, Paris défend âprement son rang. Avec l'Office, avec la Ville et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, les professionnels comprennent la nécessité de s'unir. Nous possédons donc tous les atouts pour rester capitale mondiale du tourisme.

### Paris Tourisme Infos

#### Directeur de la publication

Paul Roll

#### Rédacteur en chef

Marie-Christine Rabot

#### Ont collaboré à ce numéro

Toutes les Directions et Services

#### Design graphique, maquette

Christian Dao, Abès Méziani

# Tout sur Paris

## Chiffres clés

L'Observatoire du Tourisme Parisien communique

### Janvier-août 2005 : vers une année de référence ?

Sur les huit premiers mois de 2005, les résultats du tourisme parisien sont très positifs : activité hôtelière et fréquentation culturelle à Paris progressent fortement par rapport à janvier-août 2004.

Selon les sondages de l'Observatoire économique du tourisme parisien, qui augurent aussi d'une bonne fin d'année, 2005 pourrait détrôner 2000 et devenir « année de référence ». Les touristes étrangers sont plus nombreux (+6,1 % par rapport à 2004), particulièrement les Américains, première nationalité étrangère à Paris, et les Asiatiques, hors Japon. Cependant, la fréquentation américaine n'a pas retrouvé le niveau de 2000. Les visiteurs nationaux ont aussi joué un rôle important dans cette croissance (+2,2 % en arrivées par rapport à 2004). Autres faits marquants : l'allongement du séjour des étrangers dans la capitale (+5,1 % par rapport à 2004) et l'augmentation des nuitées (estimées) des touristes d'affaires dans l'hôtellerie (+7,2 % par rapport à 2004).

### Forte progression de la fréquentation hôtelière

► Avec 10,1 millions d'arrivées hôtelières totales entre janvier et août 2005, la progression est de 4,5 % par rapport à 2004 et de 3,4 % par rapport à 2000. Les arrivées étrangères, 6,1 millions, augmentent de 6,1 % par rapport à 2004 mais sont en retrait de 2,3 % par rapport à 2000. Dans le « Top 10 » des nationalités étrangères, seuls les Italiens et les Allemands sont en baisse par rapport à 2004 (-7,6 % et -1,4 %). Les arrivées nationales (4 millions) augmentent de 2,2 % par rapport à 2004 et de 13,3 % par rapport à 2000.

## Le « top 10 » des arrivées hôtelières étrangères à Paris

Arrivées hôtelières étrangères à Paris	Janvier/août 2005	Janvier/août 2004	Janvier/août 2000	Évolution 2005/2004	Évolution 2005/2000
1 - Etats-Unis	2 900 800	2 408 300	3 855 400	+20,4 %	-24,8 %
2 - Grande-Bretagne	2 179 400	1 948 900	2 123 900	+11,8 %	+2,6 %
3 - Italie	1 333 600	1 286 500	1 370 100	+3,7 %	-2,7 %
4 - Japon	1 090 300	1 028 550	1 300 200	+6 %	-16,1 %
5 - Espagne	1 045 000	894 650	792 400	+16,8 %	+31,9 %
6 - Allemagne	993 300	948 750	910 200	+4,7 %	+9,1 %
7 - Asie - Australie	805 800	613 100	553 500	+31,4 %	+45,6 %
8 - Proche et Moyen-Orient	564 050	423 400	660 500	+33,2 %	-14,6 %
9 - Amérique Centrale et du Sud	506 900	518 100	543 700	-2,2 %	-6,8 %
10 - Pays-Bas	454 300	389 000	365 600	+16,8 %	+24,3 %
<b>Total étrangers</b>	<b>15 163 600</b>	<b>13 592 000</b>	<b>15 598 250</b>	<b>+11,6 %</b>	<b>-2,8 %</b>
<b>Total Français</b>	<b>6 995 800</b>	<b>6 813 700</b>	<b>6 752 550</b>	<b>+2,7 %</b>	<b>+3,6 %</b>
<b>Total général</b>	<b>22 159 400</b>	<b>20 405 700</b>	<b>22 350 800</b>	<b>+8,6 %</b>	<b>-0,9 %</b>

### ► Les nuitées hôtelières totales, 22,2 millions en janvier-août 2005, en nette hausse par rapport à 2004 (+8,6%).

Les touristes étrangers sont les principaux moteurs de cette croissance : 15,2 millions de nuitées (+11,6 % par rapport à 2004), sans toutefois atteindre le niveau de 2000 (-2,8 %). A l'exception des touristes sud-américains dont les nuitées baissent de 2,2 % par rapport à 2004, toutes les nationalités étrangères du « Top 10 » connaissent une croissance. La clientèle française participe aussi de ces bons résultats, avec des nuitées en hausse de 2,7 % par rapport à 2004 et de 3,6 % comparées à 2000.

### ■ Allongement de la durée de séjour et taux d'occupation en hausse

Pour la première fois en 2005, la durée de séjour des touristes nationaux augmente sur la période janvier-août 2005 (+0,5 % par rapport à janvier-août 2004) mais reste en recul par rapport à 2000 (-8,6 %). Parallèlement, l'allongement de la durée de séjour des étrangers (+5,1 % par rapport à janvier-août 2004) tire à la hausse la durée de séjour totale (+3,9 % par rapport à 2004) inférieure toutefois de 4,1 % à 2000.

### ■ Bonnes performances des principaux sites culturels parisiens

13,1 millions de visiteurs dans les 5 principaux

sites culturels parisiens : la fréquentation a augmenté sensiblement entre janvier-août 2004 et janvier-août 2005 (+4,7 %). Les résultats 2005 dépassent même ceux de 2000, année exceptionnelle sur le plan culturel (+0,9 %). Seule la fréquentation du Centre Pompidou s'essouffle (-5,6 %).

### ■ 30 août 2005, la presse conviée à un premier bilan de l'été

Jean-Claude Lesourd, Président de l'Office, Jean-Bernard Bros, Adjoint au Maire chargé du tourisme, ont convié la presse à un petit déjeuner, le 30 août dernier, sur le thème « Premier bilan de la saison estivale à Paris et perspectives du tourisme parisien d'ici à la fin 2005 ».

**La presse a repris largement les thèmes évoqués :** France 2 et France 3, par deux fois ; France info, BFM, France Bleue et RFI pour les radios, l'AFP, les grands quotidiens dont Les Echos, La Croix, Le Figaro, l'Humanité, Libération, Le Monde, Le Parisien, La Tribune, Métro, 20 minutes, Zurban et l'Hôtellerie, ainsi que la presse spécialisée tourisme (le Quotidien du Tourisme, l'Echo Touristique, Tour Hebdo, Hôtel Restau Hebdo, l'Hôtellerie Restauration, Bedouk magazine et Tourismexpress.info).

## Fréquentation des 6 principaux musées et monuments parisiens

Principaux sites	Janvier/août 2005	Janvier/août 2004	Janvier/août 2000	Variation 2005/2004	Variation 2005/2000
Tour Eiffel	4 618 663	4 430 039	4 628 185	+4,3 %	-0,2 %
Centre Pompidou	3 444 920	3 649 363	3 537 996	-5,6 %	-2,6 %
Cité des Sciences (hors Géode)	2 177 000	1 888 000	2 221 000	+15,3 %	-2 %
Musée d'Orsay*	2 017 729	1 722 959	1 544 614	+17,1 %	+30,6 %
Arc de Triomphe	866 676	842 816	1 073 780	+2,8 %	-19,3 %
<b>Total</b>	<b>13 124 988</b>	<b>12 533 177</b>	<b>13 005 575</b>	<b>+4,7 %</b>	<b>+0,9 %</b>

\*Changement du mode de comptage au Musée d'Orsay au cours de l'année 2004

Les derniers chiffres de fréquentation sont disponibles dans la Newsletter de l'Observatoire, à télécharger depuis le site de l'Office [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com), rubriques « professionnels » et « statistiques ».

## Noctilien, 35 lignes de nuit toute l'année, 7 jours sur 7

Mis en place le 21 septembre dernier par le STIF, autorité organisatrice des transports d'Ile-de-France, Noctilien circule toutes les nuits, 7 jours sur 7, 365 jours, entre 0 h 30 et 5 h 30 du matin.

Avec 35 lignes et 1 950 points d'arrêt dans 175 villes d'Ile-de-France, il se substitue aux Noctabus et Bus de Nuit dont il double le réseau. A Paris, 2 lignes circulaires, une dans chaque sens, desservent les gares de Lyon, de l'Est et Montparnasse et de nombreux lieux à forte activité nocturne (un bus toutes les 17 minutes en semaine, du dimanche au jeudi, et toutes les dix minutes, les vendredi et samedi).

25 lignes « radiales » assurent, depuis les gares Saint-Lazare, de l'Est, de Lyon, Montparnasse et Châtelet, des liaisons centrées sur Paris, vers et à l'intérieur, des proches et grandes couronnes (6 traversent Paris et relie la proche banlieue, 19 la desservent directement). Enfin, 8 lignes « transversantes » assurent des liaisons express et semi-directes vers la proche et la grande banlieue. La RATP exploite les 27 lignes « omnibus » de Paris et de la petite couronne et Transilien SNCF les 8 lignes reliant Paris à la grande-couronne.

Avec une signalétique distinctive (éclairage renforcé, affichage des durées d'attente, etc.), des agents d'accueil en station, et des véhicules équipés de vidéosurveillance – nombre d'entre eux renforcés d'accompagnateurs – Noctilien joue la carte de la proximité. En outre, tous les titres de transport sont cohérents avec les forfaits utilisés en journée (carte Orange, Intégrale, Imagine R, Mobilis, etc.) et avec des Ticket t.

Le plan du « Noctilien », diffusé par la RATP et Transilien-SNCF dans les stations, les gares et les bus reprend le tracé des lignes. Il est complété de « fiches de ligne », distribuées dans les bus. En outre, Noctilien a son site dédié : [www.noctilien.fr](http://www.noctilien.fr) (pour déterminer un itinéraire), tandis que les sites [www.transport.idf.com](http://www.transport.idf.com), [www.ratp.fr](http://www.ratp.fr), [www.transilien.com](http://www.transilien.com), permettent une recherche approfondie sur les temps de trajets.

Noctilien va considérablement faciliter les conditions de déplacement de nuit, confortant

l'attractivité de Paris au plan économique, culturel et touristique. Il répond à une forte attente des parisiens travaillant en horaires décalés mais aussi à celle des noctambules et des visiteurs français et étrangers de la capitale.

Sa mise en service constitue une avancée majeure, obtenue grâce aux efforts conjugués de la Ville de Paris, qui a joué un rôle très actif dans sa mise en place (itinéraires et aménagement des pôles de correspondance), de la région, de la RATP et de la SNCF.

### ■ Réouverture de la Grande Nef du Grand Palais

La Grande Nef du Grand-Palais a réouvert ses portes au grand public. Du 17 septembre, jour de lancement des journées du Patrimoine, au 1<sup>er</sup> octobre, lors de la Nuit Blanche, les visiteurs ont pu redécouvrir la grande nef et ses exceptionnels Globes de Coronelli.

Fermée pour des travaux de restructuration et de restauration jusqu'en 2007, elle continuera à accueillir différentes manifestations pendant la durée des travaux. La fermeture était intervenue en 1993, à la suite de la chute d'un rivet du haut des 35 mètres de la grande nef.

Aujourd'hui, la première tranche de travaux de ce chef d'œuvre du patrimoine, inscrit dans l'histoire des Expositions universelles, est achevée. Pendant quelques jours, le public a pu admirer à nouveau le travail de Deglane, Louvet, Thomas et Girault, les architectes qui imaginèrent, pour l'Exposition universelle de 1900, ce vaste « parapluie » de fer et de verre destiné à abriter les manifestations les plus diverses... Ensuite, cette découverte ne sera plus autorisée que lors de visites organisées ou d'événements culturels comme la Foire Internationale d'Art Contemporain, les défilés de mode, Musicora ou la Biennale des Antiquaires en 2006.

Les Galeries nationales et le Palais de la Découverte continuent leurs activités au sein du Grand Palais. A partir de 2008, un nouveau chantier ouvrira, destiné à aménager les installations techniques aux sous-sols.

#### Grand Palais

3, av. du Général-Eisenhower - Paris 8<sup>e</sup>  
[www.culture.gouv.fr](http://www.culture.gouv.fr)

### ■ La qualité d'accueil des musées et monuments en hausse

Un accueil de bonne qualité, en progrès régulier : c'est le constat de la vague d'enquête de mai 2005 du « baromètre qualité » mis en place par le Comité régional du tourisme d'Ile-de-France et ses partenaires. Le score global de conformité atteint 78 % (contre 76,7 % en octobre 2004), soit 74 % pour les monuments et 81 % pour les musées.

Ce « baromètre qualité » est issu d'une démarche volontaire et concertée du CRT Ile-de-France et de 33 musées et monuments – dont 20 parisiens. Tous ont participé à l'éla-

laboration d'un référentiel de 97 critères, suivi de 193 visites mystères. Principales prestations évaluées : l'accès, l'accueil, l'information, la visite et la vente. Il s'agit de mettre à la disposition des professionnels un outil leur permettant d'évaluer leurs prestations, et de les engager dans un processus durable d'amélioration de la qualité de l'offre culturelle. Quatre vagues d'enquête ont été menées depuis la mise en place du baromètre, en 2002.

### Top 5 des musées

Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme  
Musée du Louvre  
Musée d'Orsay  
Musée Guimet  
Cité des Sciences et de l'Industrie

### Top 5 des monuments

Château de Versailles  
La Conciergerie  
Château d'Auvers-sur-Oise  
La Sainte-Chapelle  
Château de Vaux-le-Vicomte

Contact : Nathalie Moine  
Comité Régional du Tourisme  
d'Ile-de-France

Tél. 01 56 89 38 02  
[nmoine@pidf.com](mailto:nmoine@pidf.com)

## Nouveaux produits touristiques

### ■ Paris Walks

Paris Walks propose une large sélection de promenades et visites de musées en langue anglaise. Ses thèmes de prédilection : le *Da Vinci Code*, le Paris d'Hemingway, les Promenades « fashion », le Paris de Jefferson, Paris sous l'Occupation, l'Architecture Art Nouveau, les Egouts, les Catacombes, le cimetière du Père Lachaise... Les guides, diplômés et expérimentés et, pour la plupart, de langue maternelle anglaise, font partager leur savoir-faire et leur enthousiasme. Les visites s'ouvrent aux groupes sur demande.

Un exemple d'actualité : « Paris et le *Da Vinci Code* ». Cette visite ludique peut prendre la forme d'une promenade à pied de deux heures, de Saint-Sulpice à la Pyramide inversée du Louvre, comprenant la « Rose line », le gnomon, l'endroit où le grand maître des Templiers a été exécuté, l'Arc du Carrousel, le jardin des Tuileries et la Pyramide du Louvre. Elle peut également inclure les tableaux du musée du Louvre. Peter Caine, fondateur de Paris Walks, est l'auteur du livre *Definitive Guide to Da Vinci Code Paris*.

Plus d'info ? Peter et Oriël Caine

12, passage Meunier - 93 200 Saint-Denis  
Tél. 01 48 09 21 40  
[paris@paris-walks.com](mailto:paris@paris-walks.com)

## Les événements de l'automne 2005

Toutes les manifestations parisiennes sur [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com)

### Concerts classiques

**19 décembre**

**Barbara Hendricks, soprano**

Gustav Sjökvist Kammarkör. Chef de Chœur Gustav Sjökvist (Zimmermann, Poulenc, Brahms, Negro spirituals).

**Théâtre du Châtelet (1<sup>er</sup>)**

Tél. 01 40 28 28 40

[www.chatelet-theatre.com](http://www.chatelet-theatre.com)

### Expositions

**22 septembre-2 janvier 2006**

**Girodet (1767-1824)**

Cent peintures et dessins d'Anne-Louis Girodet. Il a su tirer la peinture d'histoire vers le spectacle des sentiments.

**Musée du Louvre (1<sup>er</sup>)**

Tél. 01 40 20 53 17

[www.louvre.fr](http://www.louvre.fr)

**28 septembre-9 janvier 2006**

**Renoir/Renoir**

Pour découvrir les liens unissant Pierre-Auguste Renoir, Jean Renoir et les différents membres de cette famille d'artistes. Peintures, extraits de films, documents d'archives...

**Cinémathèque Française (12<sup>e</sup>)**

Tél. 01 71 19 33 33

[www.cinematheque.fr](http://www.cinematheque.fr)

**28 septembre-9 janvier 2006**

**Picasso, la passion du dessin**

XX<sup>e</sup> anniversaire du Musée Picasso Plus de trois cent cinquante dessins, aquarelles, gouaches, pastels et papiers collés d'un des plus grands artistes du XX<sup>e</sup> siècle.

**Musée national Picasso (3<sup>e</sup>)**

Tél. 01 42 71 25 21

[www.musee-picasso.fr](http://www.musee-picasso.fr)

**5 octobre-9 janvier 2006**

**Dada**

Une ambition : présenter l'un des mouvements artistiques internationaux les plus marquants du XX<sup>e</sup> siècle qui a influencé de nombreux courants artistiques

contemporains. Œuvres de Max Ernst, Francis Picabia, Man Ray, Marcel Duchamp, André Breton...

**Centre Pompidou (4<sup>e</sup>)**

Tél. 01 44 78 12 33

[www.centrepompidou.fr](http://www.centrepompidou.fr)

**5 octobre-23 janvier 2006**

**Klimt, Schiele, Moser, Kokoschka Vienne 1900**

Cette exposition reflète l'effervescence culturelle de Vienne autour de 1900.

**Galerias nationales du Grand Palais (8<sup>e</sup>)**

Tél. 01 44 13 17 17

[www.rmn.fr/galerienationalesdugrandpalais](http://www.rmn.fr/galerienationalesdugrandpalais)

### Fêtes et festivals

**14 septembre-25 décembre**

**Festival d'Automne à Paris**

Festival pluridisciplinaire (théâtre, danse, cinéma, musique, expositions...).

Œuvres inédites en France, commandées à des créateurs et œuvres d'ordre expérimental. Le Brésil est à l'honneur.

**Théâtre National de Chaillot (16<sup>e</sup>)**

**Palais de Tokyo (16<sup>e</sup>)**

**Théâtre du Châtelet (1<sup>er</sup>)**

Tél. 01 53 45 17 17

[www.festival-automne.com](http://www.festival-automne.com)

### Marchés de Noël - gratuits

**1<sup>er</sup>-28 décembre**

**place Saint-Germain-des-Prés (6<sup>e</sup>)**

**2-28 décembre**

**sous les arcades du centre commercial Maine-Montparnasse (15<sup>e</sup>)**

**5-31 décembre**

**cour de Rome,**

**face à la Gare Saint-Lazare (8<sup>e</sup>)**

Tél. 01 47 22 40 99

### Spectacles

**A partir du 22 octobre**

**Cirque Bouglione :**

**« Audace »**

Nouveau spectacle.

**Cirque d'Hiver Bouglione (11<sup>e</sup>)**

Tél. 01 47 00 28 81

[www.cirquedhiver.com](http://www.cirquedhiver.com)

**16 novembre-8 janvier 2006**

**Swan Lake**

Danse, humour, comédie et mime, le ballet classique « Le Lac des cygnes » revisité. Chorégraphie Matthew Bourne.

Musique Piotr Ilitch Tchaïkovski.

**Théâtre Mogador (9<sup>e</sup>)**

Tél. 0 892 700 100 (0,34 €/min)

[www.mogador.net](http://www.mogador.net)

**26-27 novembre**

**Cadre Noir de Saumur**

Spectacle équestre.

**Palais Omnisports de Paris-Bercy (12<sup>e</sup>)**

Tél. 0 892 390 490 (0,34 €/min)

[www.bercy.fr](http://www.bercy.fr)

**17 et 19 décembre**

**Voyage au Centre de la Terre**

100<sup>e</sup> anniversaire de la mort de Jules Verne :

le Stade de France métamorphosé

en un immense cratère entraînant les

spectateurs dans un incroyable voyage.

**Stade de France (93)**

Tél. 0 892 700 900 (0,34 €/min)

[www.stadefrance.com](http://www.stadefrance.com)

### Salons

**2-12 décembre**

**Salon Nautique de Paris**

**Paris Expo Porte de Versailles (15<sup>e</sup>)**

Tél. 01 41 90 47 10

[www.salonnautiqueparis.com](http://www.salonnautiqueparis.com)

**3-11 décembre**

**Salon du cheval de Paris**

Rendez-vous incontournable des professionnels et des amateurs du monde équestre.

**Paris Expo Porte de Versailles (15<sup>e</sup>)**

Tél. 01 49 09 60 00

[www.salon-cheval.com](http://www.salon-cheval.com)

### Paris avec les Parisiens

**17-20 novembre**

**Portes ouvertes des ateliers d'artistes d'Anvers aux Abbesses**

[www.anvers-aux-abbesses.com](http://www.anvers-aux-abbesses.com)

**17 novembre et 16 décembre**

Les « Panamées » sont des randonnées gratuites, organisées par le Comité Départemental de la Randonnée Pédestre.

La première, sur le thème « Grande Tour, Petits détours », a pour point de départ

la Tour Montparnasse ; la seconde

est une randonnée autour

des illuminations de Paris.

[www.rando-paris.org](http://www.rando-paris.org)

**Début décembre**

**Portes Ouvertes pour les Artistes**

**du Père-Lachaise Associés**

Tél. 01 43 71 33 72

**22-25, 29-31 décembre, 1<sup>er</sup> janvier**

**Grand Bal des 26 000**

Un bal hors du commun

par une compagnie des arts de la rue.

Tél. 01 46 22 10 43

Plus d'infos, plus d'événements ? [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com)

# Tout sur l'Office

## ■ Un nouveau relais de diffusion des éditions

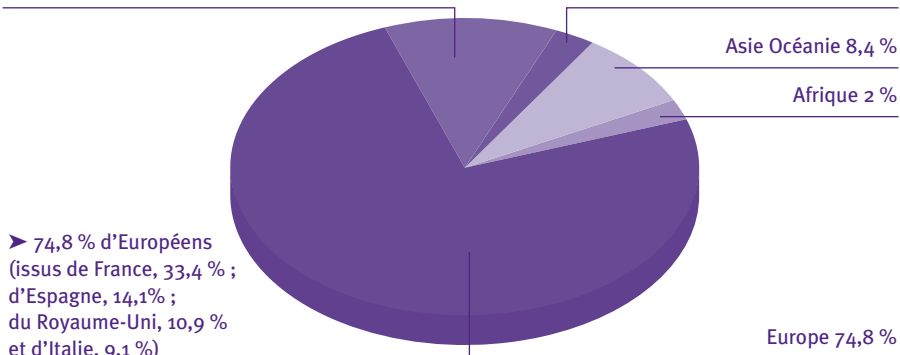
Afin de permettre aux professionnels de valoriser la qualité de leur accueil, et pour mieux diffuser ses éditions, l'Office a mis à la disposition de ses adhérents un stock annuel de ses publications destinées au grand public. 331 professionnels (majoritairement hébergeurs) ont répondu présent, la seule condition à remplir étant d'avoir réglé la cotisation 2005. Les partenaires ont reçu leur quota de documentation fin septembre. L'Office a diffusé auprès d'eux des plans en français, anglais, portugais, chinois et russe ; les guides *Paris est à vous*, en français et en anglais, ainsi que le guide *Hôtels, résidences de tourisme et chambres d'hôtes adhérents*. Rapprocher les quantités demandées des stocks disponibles n'a pas été simple, et certaines demandes n'ont pu aboutir. Mais l'Office s'est efforcé de satisfaire le plus grand nombre. 2005 peut être considérée comme année « zéro », intermédiaire entre deux politiques : près de 184 000 exemplaires ont été livrés gracieusement aux professionnels partenaires.

## ■ 18 juin au 31 août 2005, « Les Ambassadeurs de l'accueil », un véritable succès

Pour la cinquième année consécutive, l'Office a reconduit cette opération initiée par l'Adjoint au Maire de Paris chargé du tourisme (cf n° 12 et 13 de *Paris Tourisme Infos*). Huit points d'information étaient mis en place sur les sites les plus visités. Les kiosques étaient tenus par de jeunes ambassadeurs polyglottes, sélectionnés par l'Office qui avait organisé leur formation en collaboration avec les professionnels

## Dans les points d'accueil saisonniers : près de 165 000 touristes ont été renseignés

Amérique du Nord 12 %



Les services les plus demandés allaient de l'orientation géographique (19 %) à la délivrance de plans (24 %), en passant par une information sur la programmation événementielle (13 %) et celles sur les sites touristiques (20 %).

parisiens du tourisme et la Ville de Paris. Pour informer les visiteurs, ils ont distribué le dépliant bilingue français-anglais *J'aime l'été à Paris*, qui proposait une sélection des événements de l'été (1 million d'exemplaires diffusés entre les points d'accueil pérennes et éphémères de l'Office et les partenaires professionnels) ; ils ont également remis aux visiteurs le programme de certaines manifestations phares (16 500 exemplaires), le *Paris est à vous*, en français et en anglais (un million d'exemplaires), le plan-guide de l'Office en 10 langues (210 000 exemplaires). En outre, le partenariat avec France Télécom a été reconduit sur le Wifi.

## ► Palmarès des kiosques les plus fréquentés et nombre de visiteurs renseignés

Clemenceau	50 170 (687/jour)
Hôtel de Ville	31 967 (426/jour)
Notre-Dame	30 205 (403/jour)
Aéroport Roissy-Charles-de-Gaulle	22 999 (307/jour)
Paris-Plage	13 648 (440/jour)
Bastille	12 942 (170/jour)

Chez les partenaires adhérents : pour la deuxième année consécutive, près de 450 adhérents (principalement hébergeurs), véritables relais d'information auprès de leurs clients, ont renforcé l'action de l'Office.

Tous ont été dotés d'un kit complet d'information : des badges « J'aime l'été à Paris » pour le personnel ; une PLV bilingue français-anglais, incitant les clients à prendre sur le comptoir le dépliant *J'aime l'été à Paris* ; une affiche bilingue des manifestations juillet-août ; les guides *Paris est à vous* en français et anglais et les plans de Paris en 10 langues. Un numéro de téléphone non surtaxé, relié au standard de l'Office, leur était dédié 7 jours sur 7.

Un sondage, effectué début septembre, a permis de mesurer la satisfaction unanime des participants et leur souhait de réitérer l'opération en 2006.

## Marketing de loisirs, des actions, des résultats

20-22 juillet

### ■ « Paris estival »

Pour son 4<sup>e</sup> voyage de presse thématique, l'Office a fait découvrir à 12 journalistes venus d'Allemagne, de Grande-Bretagne, de Suisse, d'Inde, de Russie, du Japon et de Belgique, un Paris estival et buissonnier : déjeuner en terrasse à l'Ecluse Saint-Honoré et au Café Lenôtre, coulisses du Tennisium de Roland-Garros, croisière sur le canal Saint-Martin, balade sur le thème du Brésil pour la 4<sup>e</sup> édition de Paris-Plage et promenade dans le jardin des Serres d'Auteuil... Pour finir, une incursion dans l'univers œnologique, avec la visite du vignoble de Suresnes et du Cours Saint-Emilion. Repartis hâlés par le soleil parisien, les invités auront découvert une autre façon de vivre la ville en été.

20-23 juin

### ■ Opération de promotion en Amérique du Sud

L'Office a participé aux Journées France organisées par Maison de la France au Brésil et en Argentine. Le workshop a débuté à Rio de Janeiro (deuxième ville émettrice, 20 % des touristes brésiliens vers Paris) et s'est prolongé à Sao Paulo (première ville émettrice, 50 % du marché national). L'approche était identique à celle des comités : tables rondes, présentation de la destination aux agences de voyage, tour-opérateurs, entreprises, agences incentive, presse... suivie d'un workshop. Au total, 140 contacts ont été établis dont 25 avec des tour-opérateurs leaders du marché brésilien vers l'Europe. Parallèlement, des rencontres ont été organisées entre Paul Roll, directeur général de l'Office, et les directeurs marketing de la TAM et de CVC, le plus important TO brésilien. L'étape suivante, à Buenos Aires, a pris la forme d'un séminaire (présentation PowerPoint de Paris à une centaine de professionnels argentins), suivi d'un workshop.

A Sao Paulo comme à Buenos Aires, deux rencontres organisées avec la presse ont été couronnées de succès : 35 journalistes pour la capitale économique brésilienne, 30 pour la capitale argentine.

A noter : à la suite de cette mission, la photothèque a enregistré un doublement des inscriptions émanant du Brésil.

31 mai-3 juin

### ■ Mission Paris au Japon

Avec quelque 700 000 arrivées à Paris en 2004, le Japon reste un marché prioritaire pour Paris : non seulement la clientèle individuelle est toujours en progression, les longs séjours étant en augmentation, mais les Japonais demeurent la nationalité la plus dépendante dans la

capitale. L'Office organise donc plusieurs événements, à Paris et au Japon, pour lier des contacts étroits avec les acteurs du marché. Une mission regroupant 19 partenaires et conduite par Jean-Bernard Bros, Adjoint au Maire de Paris chargé du Tourisme, s'est déroulée à Tokyo, à Osaka et à Nagoya. Cette dernière destination avait été intégrée au programme en raison de l'ouverture de l'aéroport international Centrair, mais aussi de la proximité d'Aïchi, site de l'Exposition Universelle 2005. Dans les trois villes, les séminaires de présentation de Paris et des professionnels ont été fréquentés assidûment : 102 personnes à Nagoya, 178 à Osaka et 237 à Tokyo. Dans la capitale nipponne, l'Office a également organisé une conférence de presse devant 62 journalistes tourisme, quotidiens, grand public, TV, etc. Une panoplie d'outils promotionnels, en japonais, accentuait la visibilité de la destination.

**7-9 juin**

### ■ Mission Paris en Corée

Avec 300 000 visiteurs pour Paris, un développement honorable des clientèle de loisirs et d'affaires, la Corée figure au plan d'actions de l'Office depuis 2003, année de la dernière mission de l'Office sur place. Un retour s'imposait et une journée de promotion Paris à

Séoul, avec un tiers des partenaires, a été programmée. En présence d'une trentaine de journalistes, Maison de la France a présenté le marché coréen et ses perspectives, l'Office, Paris et son offre. La journée s'est déroulée sur le même modèle qu'au Japon : conférence de presse, séminaire, workshop et dîner de clôture réunissant 60 personnes. Quelque 150 opérateurs ont été rencontrés pour consolider des liens, envisager de nouvelles orientations pour la promotion de Paris, signer ou renouveler des contrats.

**22-24 septembre**

### ■ Top Resa

Pour la troisième année consécutive, l'Office était présent à Deauville, avec ses partenaires, sur un stand « Paris » de 32 m<sup>2</sup> : l'hôtel Mac Mahon, le Crazy Horse, la Cité des Sciences, les Monuments Nationaux, Fragonard, le Musée Grévin, Purple Beam / Opéra de Paris, ainsi que les Cars Air France et les Bateaux Parisiens.

## Bureau des Congrès, des actions, des résultats

**Pendant le premier semestre 2005, le Bureau des Congrès a orienté ses actions vers des marchés émergents comme la Russie, le Brésil, la Chine et le Japon, s'associant, pour certaines opérations (Chine et Japon), aux Comités Paris de la Direction Marketing Loisirs.**

**6-15 mai 2005**

### ■ Mission Paris en Chine, avec le Comité Chine

Le Bureau des Congrès a réalisé 60 entretiens avec des agences incentives, des tour-opérateurs et des journalistes. Ces échanges fructueux ont permis d'évaluer la motivation des visiteurs (salons professionnels, visites techniques et incentives au sein d'un périple européen), la durée du séjour (6 ou 7 jours ; affaires : 20%, liées à un séjour d'agrément : 80%), le type d'hébergement (3\*, 4\* et palaces) et la taille des groupes (15 à 2 000 personnes). Le Bureau des Congrès s'est bien sûr intéressé aux perspectives du marché : si la Chine s'ouvre au tourisme d'affaires et présente un potentiel de développement important, Hong Kong, marché plus mûr, se démarque des autres villes chinoises.

**19-23 mai 2005**

### ■ Eductour Brésil

En partenariat avec Maison de la France Brésil et Air France, le Bureau des Congrès a proposé à 10 agences conférence et incentive un programme alliant activités nouvelles et lieux incontournables. Hébergement dans le nouvel hôtel Renaissance Paris Plaza Vendôme, rallye en Zodiac sur la Seine, découverte des coulisses du stade Roland-Garros et cocktail dans le nouvel hôtel de Serres. Sans oublier les grands classiques : dîner au Café de la Paix, Château de Versailles, déjeuner chez Bofinger, tour de Montmartre et show du Moulin Rouge. Le 23 mai a été passé en Champagne. Premières retombées : l'agence Spectra Continental France, chargée de la logistique de l'événement, a déjà reçu des appels d'offres, et le Bureau des Congrès, la confirmation de groupes émanant des agences accueillies.

**31 mai-5 juin 2005**

### ■ Mission Paris au Japon, avec le Comité Japon

Les échanges du Bureau des Congrès avec les agences japonaises ont permis de constater que la motivation de déplacement concerne majoritairement les incentives et les conventions, pour des séjours de 3 à 6 jours, dans un hôtel 4\* et 4\* Luxe. Comme en Chine, la taille des groupes est de 100 à 2 000 personnes.

## Agenda des actions marketing loisirs/communication

<b>Septembre</b>	13-14	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participation aux Journées partenariales d'automne de Maison de la France - Megève</li> <li>Rencontre avec les responsables attachés de presse des bureaux de MDLF</li> </ul>
	20-29	Séances de sensibilisation (commerciale et accueil) des partenaires parisiens des comités Chine et Russie
	19 sept - 29 nov.	Réunions de veille de marché (Chine, Japon, Corée, Russie, Inde)
	15	Réunion du groupe de travail multicomité pour donner un nouvel élan aux missions 2006 - 8 participants
	22-24	Salon Top Résa - Deauville : l'Office présent avec 7 partenaires
	27-28	Réunion de travail avec les principaux TO suisses (5) et MDLF
<b>Octobre</b>	6, 13 et 18	Séances de sensibilisation (commerciale et accueil) des partenaires parisiens des comités Japon, Corée, Inde
	3	Séminaire workshop cocktail avec les guides officiels, les opérateurs basés à Paris et les partenaires du comité Corée
	5-7	Voyage de presse thématique « Paris artiste » - 14 journalistes de 9 nationalités
	10	Workshop-déjeuner avec 40 chargés d'affaires japonais à Paris et 30 partenaires
	14-16	Salon TTG-Travel Trade Gazette en partenariat avec Artesia, à Rimini
<b>Novembre</b>	1-5 / 7-11 / 19-23	Eductours Japon, Corée et Russie (7 participants par marché)
	3-4	Opération de promotion en partenariat avec la compagnie aérienne low cost Germanwings et la radio SWR3
	14-17	Salon WTM - Londres, avec une dizaine de partenaires parisiens
	15	Rencontre avec les opérateurs indiens sur l'espace Paris du WTM
	15-18 / 22-25	Eductours Rail Europe Benelux pour 30 agents de voyages, TO, autocaristes, journalistes...
	21	Forum des loisirs culturels au Musée d'Orsay

Les retombées des opérations en Chine et au Japon ont été immédiates :

- Chine, projet incentive : 600 personnes en mai 2006 - 3 nuits Lyon, 3 nuits Paris.
- Japon, projet incentive : 700 personnes, 4 nuits à Paris (la compétition est ouverte avec Honolulu et Vancouver) ; projet incentive : 1800 personnes, juillet 2006 ; concrétisation d'un dîner de gala de 600 personnes, en juillet 2006, pour le Château de Versailles.

En 2006, le Bureau des Congrès projette d'accentuer les actions sur le marché asiatique ainsi que la formation et l'information des opérateurs locaux, parallèlement à celle de ses partenaires.

**21 juin 2005**

### ■ Événement

#### « Paris fête l'été à Bruxelles »

Le Bureau des Congrès, en partenariat avec le magazine *Meeting & Incentive Media*, a transposé la Fête de la Musique sur un nouveau lieu événementiel bruxellois, le « Bouche à Oreille », avec 13 partenaires parisiens (Paris Expo, Disneyland Resort Paris Business Solutions, Coast Organisation, La Fayette Travel, France Connection, LSO International, Spectra Continental France, Concorde Hotels & Hôtel Concorde La Fayette, Hôtels Hilton Paris, Hôtel Ritz Paris, InterContinental Le Grand Hotel Paris, Potel & Chabot et les Galeries Lafayette). Il s'agissait de fidéliser les agences et sociétés belges actives sur la destination, en les incitant à porter un regard nouveau sur Paris tout en confortant l'image d'un Paris classique. Lors du workshop, le Bureau des Congrès a accueilli plus de 60 agences incentives et meeting planners pour une rencontre avec leurs homolo-

Agenda des actions Bureau des Congrès		
Septembre	21-23	Accueil de Presse <i>Congress Today</i> (Italie), pour un publiereportage à paraître en octobre
	28-30	Accueil de Presse <i>Headquarters</i> (Belgique), pour un supplément Paris à paraître en novembre
Octobre	3-4	25 <sup>e</sup> Assemblée Générale de l'Union des Associations Internationales - Bruxelles
	4-6	Accueil de Presse <i>Spain Travel &amp; Business Magazine</i> (Espagne) pour un publiereportage à paraître en novembre-décembre
	30 sept. - 3 oct.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Événement Grande-Bretagne : 50 agences C&amp;I en partenariat avec Maison de la France et Allied Travel</li> <li>• Accueil de Presse <i>Meeting and Incentive Travel</i> et <i>Conference and Incentive Travel Magazine</i>, pour des publiereportages à paraître en novembre-décembre</li> </ul>
	18	European Conference Market (workshop EFCT) - Pavillon Gabriel
Novembre	5-11	Défense de la candidature Paris pour le World Congress of Neurology (WCN) 2009, en partenariat avec BCA, lors du WCN 2005 - Sydney
	12-15	Événement USA - 60 agences C&I en partenariat avec Maison de la France, Lafayette Travel et France Connection
	29 nov. - 1 <sup>er</sup> déc.	Salon EIBTM - Barcelone
Décembre	2 déc. - mi-janv.	Paris Illumine Paris
	Nov. - déc.	2 pages de publicité dans <i>Meetings &amp; Conventions</i> + rédactionnel dans <i>Incentives and Meetings International</i> (Etats-Unis)

gues parisiens autour d'un cocktail dînatoire en musique.

**28-31 août**

### ■ 26<sup>e</sup> Congrès Mondial d'Epilepsie

Ce 26<sup>e</sup> Congrès s'est tenu au Palais des Congrès de Paris. 5 000 participants ont pu recueillir des informations auprès du stand Paris aménagé par l'Office et profiter des avantages du *Paris City Passport* remis avec leur documentation. Le Bureau des Congrès accom-

pagnait la Ligue Française contre l'Epilepsie sur cette candidature depuis 1999. Perdue en 2003, elle a été remportée pour 2005 et le succès de ce congrès vient récompenser la persévérance du Bureau.

## Les actions du Département Développement

Le Département du Développement a activement travaillé à la naissance des deux nouveaux points d'information de l'Office : Paris Expo et Anvers (cf p. 8).

### ■ Tourisme participatif

Avec l'automne, les événements de plein air se raréfient, les associations s'organisent pour le printemps. L'Office adopte un rôle de coordinateur et d'interface envers celles qui, clairement identifiées, souhaitent monter des partenariats inter-associatifs débouchant sur de nouveaux projets. Des réunions d'échange et d'information sont mises en place et un groupe de travail réfléchit sur la problématique des visites d'ateliers d'artistes. En juin dernier, le site Internet [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com) s'est enrichi d'une rubrique « Paris avec les Parisiens ». Le nombre de lecteurs progresse régulièrement, et 50% des visiteurs consultent la version anglaise de cette rubrique.

## Le Bureau des Congrès de Paris et ses membres : ensemble, une stratégie de place pour Paris

Afin d'élaborer une politique de place, c'est-à-dire une position commune, concertée et cohérente pour les acteurs parisiens du tourisme d'affaires, l'Office fédère ces derniers autour de l'amélioration des conditions d'accueil, de démarchage et d'organisation des manifestations. En janvier 2005, le Bureau des Congrès a mis en place des commissions de travail avec ses membres (centres de congrès et d'expositions, groupes hôteliers, PCOs, DMS, traiteurs, etc.) autour des problématiques majeures pour la destination :

- **Marketing et communication** (définir un message unique pour Paris) ;
- **Veille concurrentielle** (pour un meilleur positionnement de la capitale à travers la connaissance de la concurrence) ;
- **Hôtels : politique congrès** (élaborer des conditions générales de vente identiques grâce à un cahier des charges unique) ;
- **Statistiques et études** (définir de nouveaux critères de mesure de l'activité congrès, en pleine évolution) ;
- **Définition des métiers et manifestations** (élaborer un glossaire des métiers et manifestations).

Le 26 avril, une réunion plénière a validé les premiers résultats de ces commissions. Les commissions Statistiques et études et Veille concurrentielle sont opérationnelles depuis juin au sein de l'Observatoire Economique du Tourisme Parisien. La commission Hôtels : politique congrès élabore une charte a minima pour garantir l'application de conditions générales de ventes.

## L'Office, des chiffres, des tendances

### Réservations hôtelières

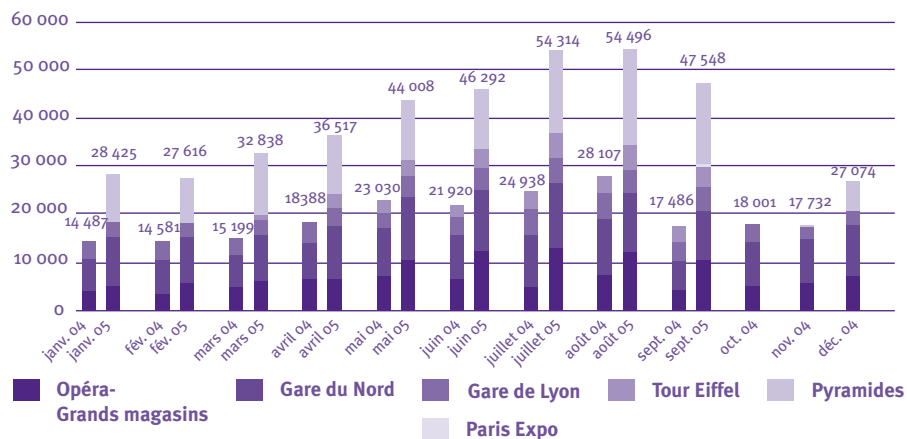
Entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 septembre 2005, 4 737 réservations hôtelières ont été effectuées dans les bureaux par nos agents d'accueil via le système FastBooking (693 en septembre). Sur la même période, 8 231 réservations ont été réalisées en direct, via FastBooking, sur le site Internet de l'Office [www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com) (862 en septembre).

### Les demandes par e-mail, lettre et fax traitées par le service accueil

Les demandes par courrier vont décroissant : elle sont relayées par l'Internet.

	2004	2005	Variation
Janvier	2 074	2 057	-1%
Février	2 442	2 202	-10%
Mars	2 525	2 701	7%
Avril	2 549	2 378	-7%
Mai	2 531	1 892	-25%
Juin	2 808	1 835	-34%
Juillet	2 199	1 760	-20%
Août	1 989	1 689	-15%
Septembre	2 191	1 945	-11%

## Fréquentation des bureaux de l'Office entre janvier et septembre 2005



Du 1<sup>er</sup> janvier au 30 septembre 2005, tous bureaux confondus, 372 054 visiteurs ont été reçus, un chiffre en progression de 108 % comparé à la même période en 2004. Il faut se rappeler que le bureau central a ouvert en novembre 2004, le bureau saisonnier de la tour Eiffel, en mars 2005, et Paris Expo, en septembre dernier. En septembre, au total 47 548 visiteurs ont été renseignés par l'Office.

### 0 892 68 3000

68 276 appels ont été reçus entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 septembre 2005, 34 838 ont reçu une réponse par un opérateur, les autres appels ont trouvé réponse grâce aux messages vocaux préenregistrés.

### www.parisinfo.com

#### • Les visites

Septembre 2005 : 197 916

Janvier/septembre 2005 : 2 626 486

#### • Les pages vues

Septembre 2005 : 2 350 911

Janvier/septembre 2005 : 28 298 227

#### • Les visiteurs

Septembre 2005 : 179 625

Janvier/septembre 2005 : 2 409 673

#### ► Le site a évolué et l'outil statistique a changé...

De façon à affiner l'analyse de l'audience de son site, l'Office a désormais recours à Nedstat. Cet outil permet notamment de connaître le nombre de visites et de pages vues, le nombre et la nationalité des visiteurs, le détail de la consultation par rubrique et par version linguistique. Ce changement d'outil empêche les comparaisons fiables avec l'année 2004 ; celles-ci reprendront en janvier 2006. Toutefois, une estimation permet d'évaluer la progression du nombre de visiteurs entre janvier et septembre à +31 %, tandis que le nombre de pages vues augmente de 76 %.

## Rentrée 2005 : deux nouveaux points pour l'accueil des visiteurs à Paris

### 2 septembre 2005, ouverture du point d'information à Paris Expo

Résultat d'un partenariat avec Paris Expo, ce nouveau point est situé dans l'enceinte même du Parc des Expositions dans un espace de cent mètres carrés, dédié à l'accueil d'une « clientèle salons », visiteurs et exposants, un public exigeant, demandeur de solutions d'hébergement, d'activités culturelles et de loisirs en marge des salons. Son ouverture, entre 11 h et 19 h, est fonction des salons qui se tiennent à Paris Expo. Les services sont identiques à ceux des autres bureaux.

L'Office a sensibilisé les hébergeurs adhérents, situés dans le quartier de Paris Expo et ayant adopté le système de réservation Fastbooking, aux retombées positives en termes de réservations et de fréquentation que ne manquera pas de générer l'ouverture de ce point. Un courrier leur a été adressé les invitant à mettre régulièrement à jour leur webplanning et, afin d'éviter les réclamations et de préserver l'image de marque de l'hôtellerie parisienne, de ne pas pratiquer le surbooking...

#### 1, place de la Porte de Versailles, dans la bulle d'accueil Paris Expo

### 28 octobre 2005, à Anvers, un nouveau kiosque « Paris Tourisme »

Ce kiosque vient parfaire l'aménagement du boulevard Rochechouart achevé cet été. Ouvert sur la sortie du métro Anvers et la zone de dépôt des autocars de tourisme, son emplacement stratégique ajoute à la qualité de l'accueil à Montmartre. Son style architectural et son mobilier urbain qui se démarquent des codes conventionnels, y compris par le choix des couleurs, ont été soigneusement examinés par la Commission du mobilier urbain. On y retrouve l'ensemble des services de l'Office ainsi que les brochures spécifiques à Montmartre, éditées par le Syndicat d'Initiative de Montmartre, point d'information partenaire de l'Office. Ouverture tous les jours, 10 h-18 h (sauf 25 décembre, 1<sup>er</sup> janvier et 1<sup>er</sup> mai)

**Horaires d'hiver pour le bureau d'accueil Pyramides : du lundi au samedi, de 10 h à 19 h. Dimanche et jours fériés : de 11 h à 19 h.**