

Paris tourisme infos

Le journal des professionnels du tourisme parisien

Tout sur Paris 2

L'Observatoire du Tourisme Parisien communique

- L'attractivité de la capitale 2
- + 3,8%, une fréquentation à la hausse 2
- La croissance devrait être au rendez-vous 2
- Paris, des tarifs hôteliers compétitifs 2
- Paris, en tête des villes de congrès 2

Infos pratiques

- Un tramway pour Paris 3
- Ouverture de l'hôtel Fouquet's Barrière 3
- Le renouveau des Arts déco 3
- Réouverture de la Salle Pleyel 3
- Tout sur Paris avec Paris-Story 3
- Les écoles de cuisine 3
- Paris Illumine Paris 3

Tout sur l'Office 4

Marketing loisirs, des actions, des résultats

- « Paris Vert », 4^e voyage de presse multimarché 4
- « Paris mode », 5^e voyage de presse multimarché 4
- Cinq accueils de presse hispanoaméricains 4

Sélection d'événements de novembre-décembre 2006 et janvier 2007

- Agenda des actions marketing loisirs/communication 5
- Eductour Inde 5
- Workshops Australie et Singapour 5
- Tournée-workshops à Istanbul et à Athènes 5
- Salon Top Résa à Deauville 5
- Workshop Paris et sa région à Madrid 5
- Travel Weekly 6

Bureau des Congrès, des actions, des résultats

- 2012, Paris accueillera le 10th World Congress of International Hepato-Pancreato-Biliary Association 6
- Paris fête l'été à Madrid 6
- Événement France Italie « Parigi Stupore » 6
- Premier bilan des actions presse 2006 6

Agenda des actions Bureau des Congrès 7

Les actions du Département des professionnels parisiens

- Offres promotionnelles 7
- 4^e édition du Forum des Loisirs Culturels 7
- Bilan des éductours et des conférences 7

Les actions de la Direction des activités multimédias vers le grand public

- www.parisinfo.com : objectifs atteints ! 7

L'Office, des chiffres, des tendances

- 194 000 visiteurs pour la 6^e édition des Ambassadeurs de l'accueil 8
- Fréquentation des points d'accueil 8
- 0 892 68 3000 (0,34 €/min) 8
- Réservations hôtelières 8

édito

Thierry Baudier

Directeur général de Maison de la France

Ensemble, promouvoir la destination France

Maison de la France et l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris sont des fédérateurs de l'offre touristique française qu'elle soit d'initiative publique ou privée. Sur le plan national ou au niveau parisien, nos deux organismes ont pour objectifs communs de développer les flux touristiques en provenance des marchés étrangers et, dans le même temps, d'augmenter les recettes.

C'est donc tout naturellement qu'une collaboration active et permanente s'est développée entre les équipes de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris et celles de Maison de la France, au siège et sur les marchés. Bénéficiant de l'expérience et du savoir-faire de nos bureaux, de nombreuses opérations communes ont pu être réalisées avec les Comités Paris : depuis 1998 au Japon, puis en Chine en 1999 et plus récemment en Corée, en Russie ou en Inde.

Notre stratégie marketing 2005/2010 a été l'occasion de réaffirmer la place de Paris comme porte d'entrée dans l'Europe puis comme porte d'entrée en France, notamment sur les marchés longs courriers. Réputée dans le monde entier, la capitale française attire chaque année des millions de touristes qui ensuite partent à la découverte de nos régions. À l'inverse, nombreux sont ceux qui, ayant découvert nos régions, viennent aussi visiter Paris. Il était donc naturel qu'un nouvel élan soit donné à notre partenariat et qu'une coopération plus étroite soit initiée. C'est dans cet esprit que nous avons signé, le 22 septembre dernier à Top Résa, une convention cadre qui permettra de mieux promouvoir ensemble la destination France et sa capitale.

Je me réjouis de cette signature qui, grâce à des plans d'actions communs mais aussi par l'échange d'informations, d'études, de notes de conjoncture, de moyens promotionnels et de communication, ou la mise en place de liens entre nos sites Internet respectifs, contribuera à la réalisation de nos objectifs.

Face à une concurrence toujours plus forte, cette convention fondée sur une expérience commune, démontre notre volonté d'agir concrètement pour faire gagner le tourisme français.

Paris Tourisme Infos

Directeur de la publication : Paul Roll
Rédacteur en chef : Marie-Christine Rabot
Coordination : Céline Jean-Louis
Ont collaboré à ce numéro :
Toutes les Directions et Services
Design graphique : Christian Dao, Kathleen Boisset
Impression : A. Roques & Fils

Tout sur Paris

L'Observatoire du Tourisme Parisien communique

Le 31 août 2006, le Président de l'Office, Jean-Claude Lesourd et Jean-Bernard Bros, Adjoint au Maire chargé du tourisme, ont convié la presse française à un désormais traditionnel rendez-vous de fin d'été. Si la fréquentation touristique de la capitale, tout à fait satisfaisante au premier semestre comme dans ses perspectives de fin d'année, a intéressé la presse, ce sont la compétitivité de la capitale par rapport à ses grandes concurrentes mondiales et la mise à mal des idées reçues sur la qualité de l'accueil qui ont capté son attention. En effet, les résultats d'enquêtes sur Paris sont éminemment positifs : les intentions de retour des visiteurs culminent à 97 %, 74 % des touristes se font facilement comprendre en anglais et la note globale de satisfaction attribuée à la capitale est de 17/20. En outre, les résultats d'une étude Office-MKG Consulting font ressortir l'attractivité des tarifs hôteliers parisiens. Cerise sur le gâteau, Paris est toujours en tête des capitales dans le concert des grands congrès associatifs internationaux d'après l'Union des Associations Internationales.

■ L'attractivité de la capitale ne se dément pas

La capitale est au faite de son image. Une étude, réalisée par l'Office auprès de quelque 3 000 touristes ayant réservé leur hébergement sur le site www.parisinfo.com, souligne que 97 % souhaitent revenir à Paris à laquelle ils attribuent une note de satisfaction de 17/20. Plus encore, une enquête du magazine *Where Paris* auprès de 450 touristes anglophones, démontre que 74 % se sont faits facilement ou très facilement comprendre en anglais, de quoi lutter contre les clichés.

■ + 3,8 %, une fréquentation touristique à la hausse au premier semestre

► Profitant d'une conjoncture internationale favorable, Paris enregistre de bons résultats de fréquentation touristique au premier semestre avec 7 930 000 arrivées et 16 700 000 nuitées hôtelières (+ 3,8 %).

Hôtellerie de chaîne et hôtellerie indépendante affichent une progression globalement similaire (taux d'occupation respectifs de 74,9 %, + 2,8 pts et 72,9 %, + 2,6 pts. Le meilleur remplissage des hôtels n'a pas joué au détriment des prix moyens, car ces derniers augmentent (+ 3,8 %) ainsi que le revenu par

chambre + 7,9 % par rapport au premier semestre 2005 (hausse combinée taux d'occupation/prix moyens).

Les autres indicateurs sont également au vert (fréquentation des sites culturels, ventes des grands magasins ou trafic passagers des vols internationaux).

Les troubles de novembre et les manifestations anti-CPE n'ont eu qu'un impact limité sur la fréquentation touristique du premier semestre. Les clientèles de proximité sont restées fidèles et la fréquentation des clientèles lointaines, notamment des Japonais, particulièrement attentifs à la sécurité, a connu un démarrage plus tardif. L'effet Coupe du Monde de football sur la fréquentation parisienne est resté neutre.

► Les résultats du premier semestre sont confortés par une saison estivale encourageante malgré des aléas météorologiques.

Les taux d'occupation globaux ont augmenté de 2,6 pts en juillet et de 6,3 pts en août (respectivement 77,2 % et 72,5 %). La fréquentation des week-ends des 14 juillet et 15 août a connu une nette hausse (respectivement + 7,5 pts et + 3,2 pts de taux d'occupation) : la clientèle de loisirs était bien au rendez-vous. Les hôteliers utilisent de plus en plus les prix comme leviers de fréquentation. Cette pratique, favorisée par le développement des ventes sur Internet, n'affecte pas la rentabilité, puisque le revenu par chambre est en constante hausse.

■ La croissance devrait être au rendez-vous du second semestre

L'état des réservations chez les principaux opérateurs touristiques indique que la croissance de la fréquentation devrait se prolonger tout au long du second semestre. Sauf événement exceptionnel, Paris pourrait clôturer l'année sur une croissance de l'ordre de 3 % par rapport à 2005 et enregistrer un total de 15,9 millions d'arrivées hôtelières pour 34,7 millions de nuitées. Les principales nationalités devraient progresser, notamment les Américains, les Espagnols, les Chinois, les Indiens et les touristes du Moyen-Orient. Après un démarrage tardif, les Français, les Italiens et les Japonais devraient suivre, marquant une hausse sensible au second semestre. Les Britanniques et les Allemands, accusant un léger retrait, suivraient la tendance nationale.

■ Paris, des tarifs hôteliers des plus compétitifs

Comparé à celui des principales destinations touristiques mondiales, le parc hôtelier parisien est très compétitif, comme l'indique le

baromètre de positionnement tarifaire réalisé par MKG-Consulting pour l'Office. En 2006, l'hôtellerie parisienne gagne des rangs de compétitivité dans tous les classements. Elle reste particulièrement compétitive sur les segments économique et moyen de gamme. En effet, sur le segment économique, Paris se situe en 2^e position des villes les moins chères. Avec un prix moyen de 86 €, elle se place juste derrière Budapest (84 €). La capitale tire également son épingle du jeu sur le créneau moyen de gamme, avec un tarif moyen de 158 €. Sur ce segment, les tarifs hôteliers de Milan, Copenhague, Rome, Londres et New-York culminent, dépassant les 200 € la chambre. Sur le segment haut de gamme, elle affiche pour la première fois des tarifs inférieurs à ceux de New-York (363 €), Londres (375 €) et Genève (377 €).

■ Paris, en tête des villes de congrès

Pour la 27^e année consécutive, la capitale française se maintient en tête du classement mondial des villes de congrès publié par l'Union des Associations Internationales. Avec 294 congrès (+ 33 %), Paris confirme sa première place et creuse l'écart avec ses principales concurrentes : Vienne (245 congrès, + 12 %) et Bruxelles (189 congrès, stable). Grâce à cette hausse sensible, Paris retrouve des parts de marché mondiales comparables à 2001. Ces bons résultats sont à rapprocher des efforts réalisés par tous les professionnels du secteur dans la capitale et du travail effectué par le Bureau des Congrès de Paris.

Des retombées positives pour la capitale

À la suite de la conférence de presse du 31 août, quelque **70 retombées** dans la presse écrite et dans la presse audiovisuelle : **12 émissions radios et TV** (France 2, France 3, LCI, Europe 1, France Bleue, RFI et RMC, etc.), 3 dépêches AFP, de nombreuses retombées dans la **presse quotidienne nationale** (La Croix, les Echos, Le Figaro, Le Parisien, Métro, 20 minutes, etc.) et dans la presse quotidienne régionale (Dernières Nouvelles d'Alsace, Le Républicain Lorrain, Ouest France).

Les titres de la presse touristique n'étaient pas en reste (Quotidien du tourisme, l'Écho touristique, Tour Hebdo, Touriscopie, l'Hôtellerie Restauration, Hôtel Restau Hebdo, Tourisme Express, la Gazette Officielle du Tourisme, etc.), sans compter le Point et le magazine Paris Match.

■ Un tramway pour Paris

Une première dans la capitale qui, sur le modèle de Lisbonne ou d'Amsterdam, inaugure mi-décembre sa première ligne de tramway intra-muros :

- Présentation du tracé : sur le boulevard des Maréchaux, ceinturant la capitale, entre le Pont du Garigliano et la Porte d'Ivry, 17 stations et 7,9 kilomètres de parcours dans les 13^e, 14^e et 15^e arrondissements de Paris.

- Un nouveau mode de transport urbain plus écologique.

- Une nouvelle promenade urbaine grâce aux 36 000 m² de gazon qui constituent la plateforme du tram : des prairies fleuries ponctuent le parcours, les trottoirs élargis s'ouvrent aux piétons, et plus de 1 000 arbres plantés en font une nouvelle artère verte.

www.tramway.paris.fr et 3975 (prix d'un appel local à partir d'un poste fixe).

■ Ouverture de l'hôtel Fouquet's Barrière

Après quelque deux ans de travaux, le très attendu hôtel de grand luxe Fouquet's Barrière ouvre ses portes le 3 novembre et se situe d'emblée parmi les palaces parisiens. En plein cœur du triangle d'or, à l'angle des avenues George V et des Champs-Élysées, face au magasin Vuitton, il se compose de cinq bâtiments et dispose de 107 chambres dont 40 % de suites, avec notamment une suite présidentielle dotée d'une immense terrasse. Ses équipements sont nombreux, notamment un spa avec piscine, la seconde après celle du Ritz. L'architecture est revenue à Edouard François (ex. mur recouvert de 3 000 branches d'arbres, terrasse surplombant Paris, jardin intérieur, piscine entourée d'une plage d'ardoise, etc.) tandis que la décoration intérieure (acajou, soie et velours dans les chambres) a été confiée au célèbre décorateur Jacques Garcia. L'hôtel comprend le bar Lucien ainsi que le restaurant Diane et intègre le célèbre restaurant Fouquet's, situé au pied de l'établissement.

Fouquet's Barrière – 46, avenue George V, Paris 8^e – Tél. 01 40 70 05 05

Contact presse : Marie-Alix Vignau – mavignau@lucienbarriere.com

■ Le renouveau des Arts déco

Près d'un siècle après son inauguration, après dix ans de fermeture et de nombreux travaux, le musée des arts décoratifs a rouvert le 15 septembre. Dédiées à l'art de vivre français, ses collections sont dévoilées dans un espace de 6 000 m², à l'aménagement intérieur totalement repensé. Le musée a retrouvé la lumière, à l'intérieur, les architectes ont multiplié les perspectives et ouvert les volumes, restituant la majestueuse nef centrale. Un

énorme travail de restauration des œuvres a été entrepris. Les 6 000 objets exposés présentent l'un des panoramas les plus riches au monde – des arts décoratifs du Moyen Âge à nos jours. Du gothique au style Louis XVI, du Directoire à l'Art nouveau, on y découvre les productions exemplaires du savoir-faire des artisans, des industriels, de la recherche et de la créativité des artistes, orfèvres, ébénistes, verriers, céramistes, qui ont fait la renommée de l'artisanat français. Dix « period rooms » jalonnent le parcours, reconstituant des décors d'époque pour se plonger dans l'ambiance d'un salon XVIII^e ou d'une chambre à coucher Louis-Philippe. Un voyage à travers le temps !

Musée des Arts décoratifs – 107, rue de Rivoli, Paris 1^{er} – Tél. 01 44 55 57 50
www.lesartsdecoratifs.fr

■ Réouverture de l'auditorium de la Salle Pleyel

Ce haut lieu de la musique symphonique a rouvert le 13 septembre dernier, avec de nouveaux atouts. Le hall d'accueil à colonnades a retrouvé sa coupole Art déco tandis que la salle de concerts, habillée de bois clair et dotée de 1913 sièges de velours rouge, a également été modernisée. Équipée d'un plateau mobile et mécanisé, la scène s'adapte désormais à tous les répertoires. L'acoustique est optimisée, notamment grâce à la création de balcons de côtés. Pour cette première saison, quelque 150 concerts, grands classiques, jazz ou musique du monde. Outre l'Orchestre de Paris, l'Orchestre philharmonique de Radio-France et le London Symphony Orchestra, accueillis en résidence, des formations de renom international sont programmées au grand auditorium.

Salle Pleyel – 252, rue du Fg St-Honoré, Paris 8^e – www.pleyel.com

■ Tout sur Paris avec Paris-Story

Paris-Story retrouve son nom d'origine et propose trois attractions, dont deux nouvelles, pour découvrir Paris en une heure quinze. *Paris-Story, la machine à remonter le temps* : Victor Hugo en images holo-vidéo transporte les spectateurs à travers les 2 000 ans d'histoire de la capitale. *Paris-Miniature, Paris au bout des doigts* : présente la première maquette interactive de Paris. Écrans et touches tactiles facilitent la découverte de ses enceintes successives et le repérage des sites et monuments, par période et par style. *Paris-Expérience* porte un regard différent sur la ville à travers cinq clips vidéo. Un écran plasma 3D présente un Paris vu d'avion en relief ainsi qu'un clip, tourné par les Frères Lumière. Des séances toutes les heures.

Paris Story – 11, bis rue Scribe, Paris 9^e
www.paris-story.com

■ Les écoles de cuisine

Les écoles de cuisine sont des acteurs importants et représentatifs du secteur de la gastronomie. À côté des écoles traditionnelles (le Cordon Bleu ou l'École Ritz Escoffier) se sont développés de nouveaux concepts, lancés par les chefs médiatiques français, notamment Alain Ducasse ou l'École des Chefs. La fréquentation de leurs établissements est largement étrangère. De plus, certains d'entre eux se déplacent à domicile et conseillent particuliers et entreprises (Atelier Saveur et Savoir et École Lenôtre). Exemples :

- **Atelier Saveur et Savoir** propose également des cours pour les personnes à mobilité réduite. www.atelier-saveur-savoir.fr,

- **Atelier de cuisine « les Coulisses du Chef »** d'Olivier Berté réalisent des plats à domicile. www.coursdecuisineparis.com,

- **Le Cordon Bleu** dispense des cours pour enfants. www.cordonbleu.net,

- **École Lenôtre**, s'adresse aux professionnels à Plaisir (78) et aux amateurs, à Paris. www.lenotre.fr.

Pour ceux qui souhaitent en faire leur métier, n'oublions pas la fameuse **École Supérieure de Cuisine Française Grégoire Ferrandi**, www.escf.ccip.fr.

Enfin, l'Office, en partenariat avec **Meeting The French**, a élaboré un programme de visites d'entreprises dont la seule évocation met l'eau à la bouche.

www.parisinfo.com : rubrique « Paris pratique », pour les écoles adhérentes ; rubrique « Découvrez les métiers et savoir-faire des Parisiens », pour les visites d'entreprises.

Dès le 1^{er} décembre 2006,

Paris illumine Paris

À l'occasion des fêtes de fin d'année, la campagne de mise en lumière(s) des quartiers, coproduite entre les associations de commerçants, la Mairie de Paris et la filière professionnelle – avec l'appui de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et de l'Office – prend toute son ampleur en 2006 avec cette 3^e édition. Initiée en 2004 sur cinq sites pilotes, développée en 2005 sur douze quartiers, Paris illumine Paris triple en 2006 le nombre d'associations de commerçants participantes et de rues inscrites dans ce programme modèle (18 arrondissements). Paris illumine Paris est une politique novatrice de mise en lumière des quartiers, souhaitée par les commerçants, les professionnels de l'électricité et les partenaires institutionnels en faveur du dynamisme économique et de l'animation des rues en période de fêtes. Pour retrouver les quartiers illuminés, consulter le site www.parisinfo.com

Coordinateur général : Gilles Muller – gillesmuller@re-active.fr

Sélection d'événements de novembre-décembre 2006 et janvier 2007

Expositions

13 sept. 2006-21 janv. 2007

Titien – Le pouvoir en face

Les œuvres de Tiziano Vecellio, dit Le Titien, le plus grand portraitiste de la Renaissance.

Musée du Luxembourg (6°)

Tél. 01 45 44 12 90

www.museeduluxembourg.fr

31 oct. 2006-21 janv. 2007

Maurice Denis

Hommage à Maurice Denis (1870-1943), l'un des principaux membres du groupe Nabis.

Musée d'Orsay (7°)

Tél. 01 40 49 48 14

www.musee-orsay.fr

Novembre

Mois de la Photo

Sur le thème « La page imprimée », galeries, musées et centres culturels de la capitale accueillent une soixantaine d'expositions.

www.mep-fr.org

21 nov. 2006-5 mars 2007

Orangerie, 1934 :

les Peintres de la réalité

Évocation de l'exposition de 1934 « Les Peintres de la réalité en France au XVII^e siècle » (Georges de La Tour, les frères Le Nain, etc.).

Musée de l'Orangerie (1^{er})

Tél. 01 44 77 80 07

www.musee-orangerie.fr

9 déc. 2006-16 mars 2007

Trésors engloutis d'Égypte

Plus de 500 objets découverts lors des fouilles sous-marines dirigées par Franck Goddio.

Grand Palais (8°)

Tél. 08 92 70 18 92

www.grandpalais.fr

Marchés de Noël

29 nov.-3 déc.

Association UNAPEI

Place Saint-Sulpice (6°)

29 nov.-29 déc.

Esplanade de la Défense (92)

25 nov.-29 déc.

Maison de l'Alsace (8°)

2-24 déc.

Place de la Nation (11°)

2-28 déc.

Place Saint-Germain-

des-Prés (6°)

8-30 déc.

Place Saint-Sulpice (6°)

Musiques diverses

8 novembre

Katia et Marielle Labèque,

piano

Œuvres de Mozart, Schubert, Ravel, Gershwin

Théâtre des Champs-

Elysées (8°)

Tél. 01 49 52 50 50

www.theatrechampselysees.fr

Johnny Hallyday

9-11 nov., Zénith (19°)

5-9 déc., Olympia (9°)

12-17 déc., La Cigale (18°)

Tél. 0 892 68 36 22

(0,34 €/min)

Spectacles

À partir du 27 octobre

Cabaret – Le musical

de Broadway

Spectacle musical (adapté en français) mis en scène par Sam Mendes.

Chorégraphie Rob Marshall.

Folies Bergère (9°)

Tél. 0 820 84 25 38

(0,12 €/min)

www.cabaret-lemusical.fr

À partir du 7 novembre

Théâtre Equestre Zingaro –

« Battuta »

Nouvelle création inspirée par les musiques et la culture tziganes.

Théâtre Zingaro (93)

Tél. 0 892 681 891

(0,34 €/min) – www.zingaro.fr

21-22 novembre

Aïda

Monumental opéra en feu

Spectacle musical et théâtral

Palais Omnisports de Paris

Bercy (12°) – Tél. 0 892 390 490

(0,34 €/min) – www.bercy.fr

22 nov.-3 décembre

Disney sur glace –

« Les princesses »

Les princesses des contes chaussent leurs patins pour une aventure sur glace.

Zénith (19°)

Tél. 0 892 68 36 22

(0,34 €/min)

www.disneysurglace.fr

25-26 novembre

École portugaise d'art

équestre

Palais Omnisports de Paris

Bercy (12°)

Tél. 0 892 390 490

(0,34 €/min) – www.bercy.fr

25 nov. 2006-7 janv. 2007

Les Étoiles du Cirque

de Moscou – « Jubilé !!! »

Pelouse de Reuilly (12°)

Tél. 0 825 039 040

(0,15 €/min)

www.cirquephenix.com

8-30 décembre

Ballet de l'Opéra de Paris –

« Giselle »

Avec les Étoiles, les Premiers Danseurs et le Corps de Ballet. Chorégraphie Jean Coralli.

Musique Adolphe Adam.

Palais Garnier – Opéra

National de Paris (9°)

Tél. 0 892 89 90 90

(0,34 €/min)

www.opera-de-paris.fr

Salons

2-10 décembre

Salon du Cheval de Paris

Paris Expo Porte de Versailles

(15°) – Tél. 01 49 09 60 00

www.salon-cheval.com

2-11 décembre

Salon Nautique

International de Paris

Paris Expo Porte de Versailles

(15°) – Tél. : 0 892 692 192

(0,34 €/min)

www.salonnautiqueparis.com

Tout sur l'Office

Marketing loisirs, des actions, des résultats

26-28 juillet

« Paris Vert », 4^e voyage de presse multimarché

Par un mois de canicule, la thématique « Paris vert » a fait le bonheur de dix journalistes venus de Grande-Bretagne, Belgique, Taiwan, Allemagne, Pays Bas, Japon, Belgique et Moyen-Orient. Au programme : escapade à Auvers-sur-Oise, balade dans le quartier du Canal St-Martin avec *Ça se visite*, incursion à Paris Plages et promenade insolite à bord des 2CV avec *4 roues sous 1 parapluie*. Ces visites hors des sentiers battus, ces repas, pris en terrasse ou au cœur du Bois de Boulogne, auront permis d'appréhender un Paris aussi verdoyant que citadin.

4-6 octobre

« Paris mode », 5^e voyage de presse multimarché

Huit journalistes (Grande Bretagne, Belgique, Japon, Allemagne, USA, Espagne, Indonésie et Italie) ont découvert Paris au rythme de la Semaine de la Mode. Pour mieux appréhender les multiples facettes de cette activité phare : itinéraire autour des nouvelles boutiques du quartier du Palais Royal et de la rue St-Honoré avec *Paris Shopping Plus*, visite exclusive d'ateliers d'artisans (broderies Cécile Henri et fleurs d'ornementation Legeron) travaillant pour la haute couture, avec *Paris Privé*, sans oublier les rencontres avec une chapelière et une créatrice de bijoux, avec *Meeting the French*. L'exposition Balenciaga et la découverte du nouveau visage du Musée des Arts décoratifs ont clôturé ce voyage autour de cette activité économique qui fait rayonner Paris dans le monde.

Juillet-août

Cinq accueils de presse hispanoaméricains

Avec plus de 40 millions de résidents américains, la communauté hispanoaméricaine des États-Unis est aussi importante que la communauté afro-américaine. Une classe élevée, au pouvoir d'achat grandissant, se concentre principalement en Floride et, dans une moindre mesure, au Texas, à Chicago, à New York City et en Californie. Pendant les mois d'été, l'Office a organisé, en collaboration avec Delta Airlines USA, cinq accueils de quatre jours pour des

Plus d'infos, plus d'événements ?
www.parisinfo.com

journalistes hispanoaméricains de la presse écrite (magazines art de vivre, mode et voyages, et quotidiens hauts de gamme). Pour eux, l'Office a décliné tous les angles d'un Paris haut de gamme : culture, gastronomie, art de vivre et shopping... mâtiné de latino !

21-25 août

■ **Eductour Inde**

Dès 2003, le développement des clientèles indiennes vers Paris était inscrit au plan d'actions de l'Office. Environ 150 000 indiens ont visité Paris en 2005 et les perspectives de + 10 % pour 2006 confortent la décision de programmer cet eductour annuel. Ce dernier était organisé en collaboration avec Maison de la France et Air France. Cinq importants opérateurs, venus de Bombay, ont découvert « l'ambiance parisienne » à travers un parcours de sites adaptés à leur demande, notamment ciblés « clientèle de groupes ». Cet approfondissement de leur connaissance des différentes facettes de la destination, toutes adaptées à leurs attentes, devrait les inciter à faire figurer dans leurs catalogues de nouvelles programmations. La prise en compte de leurs habitudes alimentaires est d'une réelle importance dans l'attrait de la destination (attentes très spécifiques : restaurants indiens, menus végétariens, etc.). L'Office communique régulièrement sur ce sujet et a élaboré une sélection de restaurants indiens qui a été diffusée aux interlocuteurs clés du marché. Démontrant la meilleure synergie des acteurs de la destination, un miniworkshop a été organisé avec une séance de travail entre invités et partenaires du Comité, tous présents ou représentés. Suivait un cocktail apéritif auquel ont été conviés les opérateurs du marché indien basés à Paris (KTS, Kuoni, Gulliver's et Air India).

4-7 septembre

■ **Workshops Australie et Singapour**

L'Office a participé au workshop France placé sous le signe de la « Rugby World Cup 2007 » en Australie, doublé d'une incursion à Singapour, organisé par les représentants Maison de la France. Sydney et Melbourne représentent près de 80 % du potentiel australien pour Paris. Outre les workshops professionnels, un séminaire « Club des grandes villes françaises » (dont l'Office est membre depuis 2006) pour les agents de voyages était programmé à Melbourne. À Sydney, le dîner de lancement de la coupe du monde de Rugby France 2007, à J-365 du coup d'envoi de l'événement, a réuni près de 400 invités (journalistes, leaders d'opinion, principaux tour-opérateurs). La mission s'est prolongée à Singapour avec Maison de la France Singapour : présentation du marché et des quinze partenaires français présents (notamment, aux côtés de l'Office, les Galeries Lafayette et l'hôtel Plaza Élysées), rencontre avec une vingtaine de journalistes, et rendez-vous préprogrammés avec

Agenda des actions marketing loisirs/communication	
Octobre	« mois de l'art »
4-5	Workshop et conférence de presse Paris/Île-de-France avec 20 partenaires – Madrid
4-6	Accueil de presse multimarché « Paris mode »
Mi oct.	Spécial Travel Weekly – supplément Paris Île-de-France de 16 pages (40 000 exemplaires diffusés aux USA)
20-22	Salon professionnel TTG – Rimini
22-24	Workshop <i>French Affairs</i> , avec Maison de la France – Nouvelle-Orléans
24	Workshop Comité avec les chargés d'affaires des sociétés japonaises – Paris
29 oct.-2 nov.	Eductour Corée avec miniworkshop des partenaires Comité – Paris
5, 12, 19 et 26	Réunions veille de marchés (Chine, Inde, Russie et Corée) – Paris
Novembre	« mois gourmand »
6-9	Salon World Travel Market – Espace commun Paris Île-de-France – Londres
7	Dans le cadre du WTM, petit-déjeuner avec les opérateurs indiens
13-17	Eductour Japon avec miniworkshop partenaires Comité – Paris
20	Forum des loisirs culturels, Petit Palais
20-24	Workshop France Maison de la France – Pékin, Shanghai, Canton
25-29	Eductour Russie et miniworkshop avec les partenaires Comité - Paris
Décembre	« mois de la lumière »
6-8	Accueil de presse multimarché « Noël gourmand »
11	Soirée avec les partenaires du Comité Chine, opérateurs basés à Paris, les officiels et une sélection de journalistes – Paris
16-20	Accueil de presse Russie – Paris

les principaux tour-opérateurs locaux. Leur connaissance de la destination est inégale et ils se montrent avides de nouveaux outils (photothèque et espace professionnel). À noter une demande frémissante pour les *incentives*, bien que l'Asie du sud-est soit la plus demandée pour des raisons évidentes de coûts et de proximité.

13-14 septembre

■ **Tournée-workshops à Istanbul et à Athènes**

Pour l'Office, cette tournée de workshops, programmée par Maison de la France en Israël, Turquie et en Grèce, était une première. Le workshop à Tel Aviv a été annulé en raison de la situation géopolitique. Les professionnels du tourisme français représentaient principalement les stations alpines ainsi que Nice et Paris (offices de tourisme, hôtels et résidences, grands magasins, etc.). Le workshop organisé sur rendez-vous préprogrammés à Istanbul, intéressant, a drainé des visiteurs. En revanche, à Istanbul comme à Athènes, en dépit du travail préparatoire mené par les partenaires locaux de Maison de la France, les workshops libres n'ont pas obtenu le succès escompté (fréquentation décevante). Néanmoins, les marchés turc et grec demeurent d'un bon potentiel pour Paris, avec une progression régulière liée à la croissance constante de leur économie locale.

21-23 septembre

■ **Salon Top Résa à Deauville**

Cette édition 2006, fédérée à la fois par l'Office et le Comité Régional du tourisme d'Île-de-France, regroupait les professionnels du tourisme francilien sur un espace commun « Paris Île-de-France », de conception nouvelle, accueillant et chaleureux, offrant pour les

rendez-vous un espace central d'hospitalité partagé. Les onze exposants étaient : les Bateaux Parisiens, le Lido, le Paradis Latin, les Monuments Français, la Cité des Sciences et de l'Industrie, le musée d'Orsay, le Parc Astérix, Stage Entertainment et Paravision ainsi que le Crazy Horse et CinéAqua (auxquels avait été attribuée une table pour une journée après la clôture des inscriptions). Selon ces partenaires, avec 16 455 visiteurs sur trois jours, + 3 % par rapport à 2005, cette édition était la meilleure depuis des années.

4-5 octobre

■ **Workshop Paris et sa région à Madrid**

L'Office, en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France et Maison de La France Madrid, a organisé dans le très conceptuel nouvel hôtel Urban, une conférence de presse sur Paris et sa région. Devant une quarantaine de journalistes, Paul Roll a présenté les atouts de la capitale et de sa région, ses nouveautés 2006-2007, et les événements à venir afin d'attirer une clientèle espagnole qui s'est déjà hissée au 6^e rang des arrivées hôtelières à Paris. Suivait un workshop réunissant une vingtaine de professionnels du tourisme parisien et francilien venus à la rencontre de leurs homologues (en provenance de Madrid, Barcelone, Valence et du Pays Basque et même du Portugal). En trois heures d'échanges intenses, 84 opérateurs ibériques ont rencontré les acteurs de Paris et de la région Île-de-France pour une meilleure programmation lors de la prochaine saison touristique. L'intérêt grandissant des Espagnols pour la destination Paris est encore renforcé par l'ouverture de nombreuses lignes lowcost et la conjoncture économique, très favorable.

■ **Travel Weekly, un supplément «spécial Paris et sa région» diffusé aux USA**

Travel Weekly est le 1^{er} hebdomadaire professionnel du tourisme aux USA. Le 15 octobre, est parue une édition spéciale sur Paris et sa région : 16 pages, cofinancées par l'Office et le CRT et éditées à 40 000 exemplaires. Elle sera diffusée auprès des professionnels (agents de voyages et tour-opérateurs aux USA), tandis qu'un tirage à part de 5 000 exemplaires sera utilisé par l'Office, notamment lors du workshop French Affairs (Nouvelle Orléans) et du World Travel Market (Londres).

Bureau des Congrès, des actions, des résultats

■ **2012, Paris accueillera le 10th World Congress of International Hepato-Pancreato-Biliary Association**

Lors du 7^e Congrès Mondial de l'IHPBA, à Edimbourg, du 3 au 7 septembre dernier, le

Bureau des Congrès et l'organisateur professionnel de congrès BCA ont accompagné et présenté la candidature de Paris 2012 auprès de l'Association de Chirurgie Hépatobiliaire et de Transplantation Hépatique. Cette ultime étape est l'aboutissement de deux ans de collaboration, notamment marqués par l'organisation, en avril 2005, d'une visite de repérage en présence du président de l'association internationale, et par le dépôt du dossier écrit, en août 2006. À l'issue du vote du bureau international qui a suivi la présentation orale des cinq villes en compétition (Amsterdam, Cape Town, Le Caire, Paris et Zurich). Paris sort vainqueur avec 7 voix contre 4 pour Zurich. L'implication du membre français sur la scène internationale, le dynamisme de cette spécialité en France ainsi que les atouts de notre destination ont pesé en faveur de Paris, qui accueillera ainsi, en juillet 2012, près de 1 500 spécialistes du secteur.

21 juin

■ **Paris fête l'été à Madrid**

Organisée par le Bureau des Congrès et le Magazine *Spain Travel & Business Magazine*, cette manifestation se tenait à la Casa de Velázquez, cadre exclusif mais assez méconnu des agences et entreprises madrilènes. À travers

cet événement il s'agissait d'inviter 70 agences incentives et meeting planners de ce marché en développement à porter un autre regard sur le nouveau Paris, tout en confortant son image classique. Treize professionnels parisiens étaient présents aux côtés du Bureau des Congrès : Chabé Limousines, Château d'Esclimont, Concorde Hotels & Resorts, Disneyland Resort Paris Business Solutions, France Connection, Galeries Lafayette, Hôtel Royal Monceau, La Fayette Travel, Les Jardins du Marais, Paris Expo, Pavillon Dauphine, Starwood Paris Hotels, Vap Incoming. Ils ont rencontré leurs interlocuteurs madrilènes lors du workshop qui précédait le cocktail dînatoire, en musique. Deux week-ends à Paris en partenariat avec Air France, Concorde Hotels & Resort et Disneyland Resort Paris Business Solutions ont été gagnés par Canon España et GTA Travel.

30 juin-2 juillet

■ **Événement France Italie «Parigi Stupore»**

Une trentaine d'agences meetings et incentives italiennes ont participé au programme incentive organisé conjointement par le Bureau des Congrès, Maison de la France et Air France. L'agence DMC Rimedia Solutions assurait la

Les actions presse du Bureau des Congrès en 2006, premier bilan

Tout au long de l'année 2006 le Bureau des Congrès a réalisé 10 publiereportages «Paris» : près de 60 pages publiées sur 11 supports de la presse professionnelle étrangère. En outre, trois suppléments Paris ont été réalisés sur les marchés anglais, américain et italien. L'enjeu de ces publications est triple : il s'agit de valoriser tout à la fois la destination, ses nouveautés et ses adhérents.

Titres	Parution	Actions	Exemplaires
Marché allemand <i>TagungsWirtschaft</i>	mai	9 pages de publiereportages + 1 page de pub	21 000
Marché américain <i>Successfull Meetings + Incentives Magazine Meeting & Convention</i>	sept. sept.	1 page de pub Supplément 24 pages	40 000 27 000
Marché européen <i>Association Meetings International Headquarters</i>	mai et oct. oct., déc.	1 page de rédactionnel + 2 pages de pub 4 pages de rédactionnel	9 500 6 000
<i>Bedouk intl-Bedouk Worldwide Meeting Planner's Guide</i>	avril avril	1 page de pub 1 page de pub	10 000 34 000
Marché anglais <i>Conference + Media World Meeting & Incentives Travel</i>	août avril, sept., nov.	1 page de rédactionnel, gratuit 10 pages de rédactionnel	10 000 16 500
<i>Conference & Incentive Travel</i>	avril	4 pages de rédactionnel	16 200
<i>Conference & Incentive Travel Event Magazine</i>	sept. oct.	Supplément Paris de 20 pages 1 page de rédactionnel, gratuit	12 000
Marché Benelux <i>Quality in Meetings</i>	juin (IMEX)	4 pages de rédactionnel + 1 page de pub	14 200
<i>Quality in Meetings</i>	oct. (accueil presse juillet)	2 pages de rédactionnel	14 200
<i>Quality in Meetings Meeting & Incentive Media</i>	nov. (EIBTM) nov.	4 pages de rédactionnel + 1 publicité 2 pages de rédactionnel + 1 page de pub	14 200 6 000
Marché espagnol <i>Spain Travel & Business Magazine</i>	nov. (EIBTM)	4 pages de rédactionnel	5 000
Marché italien <i>Congress Today</i>	juin nov.	1 page de pub Supplément Paris de 20 pages	12 000 12 500
Marché français <i>Événements et conventions – Hors Série Paris</i>	sept.	1 page de pub	16 000
<i>Événementiel – Hors Série – marché international</i>	mai	1 page de pub	12 000
<i>Bedouk – Hors série Paris</i>	sept.	1 page de pub	15 000

Agenda des actions marketing affaires / Bureau des Congrès

Octobre	
29 sept.-1 ^{er} oct.	Eductour Russie (15 agences incentives) en partenariat avec Maison de la France, avec les membres du Comité Russie
29 oct.-1 ^{er} nov.	45^e congrès annuel d'ICCA - International Congress & Convention Association - Rhodes
Novembre	
7	Événement Paris-Londres. (80 agences & corporates invitées pour un workshop/cocktail)
16	Réunion plénière du Bureau des Congrès
28	Dîner ICCA en présence de 15 associations internationales lors du salon EIBTM
28-30	Salon EIBTM - Barcelone

logistique et le programme de cet événement insolite et contemporain. La délégation était hébergée au Sofitel Demeure Le Parc et au Sofitel Demeure Baltimore. Rythme et contraste étaient au rendez-vous de cette opération de networking entre clients, professionnels et institutionnels du tourisme d'affaires. Les activités alternaient sport et culture, nouveauté et tradition, avec une dominante événementielle liée à la Coupe du Monde de football, et des moments de partage intense lors des matchs des équipes italiennes et françaises. Points forts : déjeuner à Maison Blanche, activités team building dans les carrières et à l'Observatoire de Paris, soirée privée à l'Étoile, workshop et activités zen au Karé Magik, course d'orientation au Bois de Boulogne et, enfin, soirée de gala aux Frigos de Paris autour d'un dîner Dalloyau, présidé par Michel Peyre, Directeur de Maison de la France Italie et Paul Roll, Directeur général de l'Office.

Les actions du Département des professionnels parisiens

Offres promotionnelles

Les adhérents de l'Office ont été nombreux à renvoyer leurs traditionnelles offres promotionnelles pour les fêtes de fin d'année. Elles seront en ligne, en français et en anglais, sur le site grand public www.parisinfo.com dans la 2^e quinzaine de novembre.

En outre, en 2007, en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et certains opérateurs (dont des adhérents de l'Office), organisera pour la première fois, du 10 au 21 janvier 2007, une **opération de promotion** autour des soldes d'hiver. Enfin, il reconduira l'opération thématique « **Février, mois du romantisme à Paris** ».

Ces opérations d'image, destinées à « booster » la fréquentation de la capitale pendant les mois de basse saison, bénéficient d'une

large communication : sur le site Internet grand public de l'Office (dossiers spéciaux avec mise en ligne des différentes offres), auprès de la presse et des opérateurs français (communiqués de presse diffusés depuis l'Office). En outre, ces informations sont relayées par les trente bureaux de Maison de la France à l'étranger (newsletters et communiqués de presse). Les adhérents de l'Office ont été invités à s'associer à ces actions à travers une offre (en français et en anglais) liée aux thèmes proposés qu'ils ont retournée via l'extranet professionnel <http://pro.parisinfo.com> avec comme date limite d'inscription le 13 octobre 2006 pour une mise en ligne des offres dès le mois de novembre.

4^e édition du Forum des Loisirs Culturels au Petit Palais

Le 20 novembre prochain, le Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la Ville de Paris, récemment rénové, servira d'écrin au Forum des Loisirs Culturels. Depuis quatre ans déjà, cette manifestation est le rendez-vous incontournable des professionnels du tourisme, des collectivités et de la presse pour s'informer sur les nouveautés et la programmation annuelle de 76 sites culturels parisiens et franciliens (notamment en 2006, le musée du Quai Branly, le musée des Arts décoratifs ou la Cité nationale de l'histoire de l'immigration). Les visiteurs s'y procurent les renseignements utiles à la constitution de leurs programmes de sorties culturelles ou à la conception de leurs brochures (calendrier des expositions temporaires 2007-2008, circuits, ateliers, animations, spectacles, etc.). Les informations concernent tous les publics (individuels, groupes, familles, enfants, visiteurs handicapés, etc.) et les diverses facilités de réservation (tarifs préférentiels, achats en nombre, abonnements, etc.).

L'Office et le Comité Régional du tourisme d'Île-de-France, partenaires de la première heure, coorganisent cette manifestation depuis quatre années. En outre, l'Office, profite de cet événement pour inviter l'ensemble de ses adhérents à découvrir le musée en suivant des visites-conférences. Pour s'inscrire, ces derniers ont rendez-vous sur l'extranet professionnel <http://pro.parisinfo.com> avant le 15 novembre.

Bilan des éductours et des conférences

► Les 5 et 21 septembre derniers, l'Office a invité ses adhérents à partir à la découverte des quartiers de l'est parisien avec *Ça se visite!* (lieux authentiques et insolites, rencontre avec les habitants et les artistes, etc.). Une vingtaine de professionnels a apprécié la qualité des visites, ponctuées d'anecdotes par les conférenciers de l'association.

► Le 26 septembre, l'Office a convié ses adhérents à une **conférence** intitulée « Voyage au pays des blogs », animée par Éric Maillard (Ketchum). Parmi les sujets évoqués : qu'est-ce qu'un blog ? Les blogs ont-ils un impact sur les médias traditionnels ? 45 professionnels ont répondu présent, vivement intéressés par ce média « révolutionnaire ».

Les actions de la Direction des activités multimédias vers le grand public

www.parisinfo.com : objectifs atteints !

Avec 5 200 000 visiteurs entre janvier et septembre 2006, le site de l'Office bat des records et fait un bond de 50 %. Ce succès est dû à ce que www.parisinfo.com est le fidèle reflet de l'offre parisienne, notamment celle de ses adhérents. Tout laisse donc augurer que les visiteurs seront plus de 6 millions fin 2006 ! Et le multimédia ne dort pas sur ses lauriers : il revoit sa politique de traduction du site, enrichit le contenu de certaines versions et améliore leur référencement.

Pour « booster » la fréquentation du site, le Multimédia, adapte son contenu à partir de la demande de ses différents publics (mesurée à l'aune des statistiques de consultation). Cela passe par un enrichissement sensible de ses différentes versions, à commencer par la version hispanique. Dès le premier trimestre, cette dernière se verra considérablement étoffée, montant en puissance pour offrir toutes les informations nécessaires à un séjour parisien réussi.

En outre, en collaboration avec le nouveau prestataire de l'Office, l'effort portera aussi sur le référencement et le dictionnaire des mots clés sera renforcé pour les versions italiennes, allemandes, espagnoles, chinoises et russes. Enfin, dès le mois de novembre prochain, le Multimédia testera l'achat de mots clés qui viendront augmenter l'audience du site.

L'Office, des chiffres, des tendances

194 000 visiteurs pour la 6^e édition des Ambassadeurs de l'accueil

Cette désormais traditionnelle opération estivale d'accueil, organisée par la Ville de Paris, l'Office et la RATP a mobilisé, tous points d'accueil confondus, 156 Ambassadeurs de l'accueil sur 34 sites. Premier bilan pour l'Office.

► En plus de ses points d'accueil pérennes, six kiosques ont été implantés par l'Office. Ils étaient tenus par trente et un jeunes ambassadeurs polyglottes. Du 15 avril au 15 septembre, Clemenceau ouvrait et fermait la saison. Suivaient, du 3 juillet au 31 août, les kiosques de Notre-Dame, Bastille et Hôtel de Ville. Enfin, l'Office était présent sur Paris Plages et Paris Quartier d'été. Outre les éditions grand public de l'Office, les Ambassadeurs ont distribué près d'un million d'exemplaires de la brochure *J'aime l'été à Paris* présentant, en français et en anglais, une sélection des manifestations majeures de l'été.

► 194 000 touristes ont été renseignés.

En 2006, la fréquentation a été de 19,6 % supérieure à celle de 2005 (à titre d'exemple, elle a représenté 38,5 % de la fréquentation annuelle des bureaux de 2005).

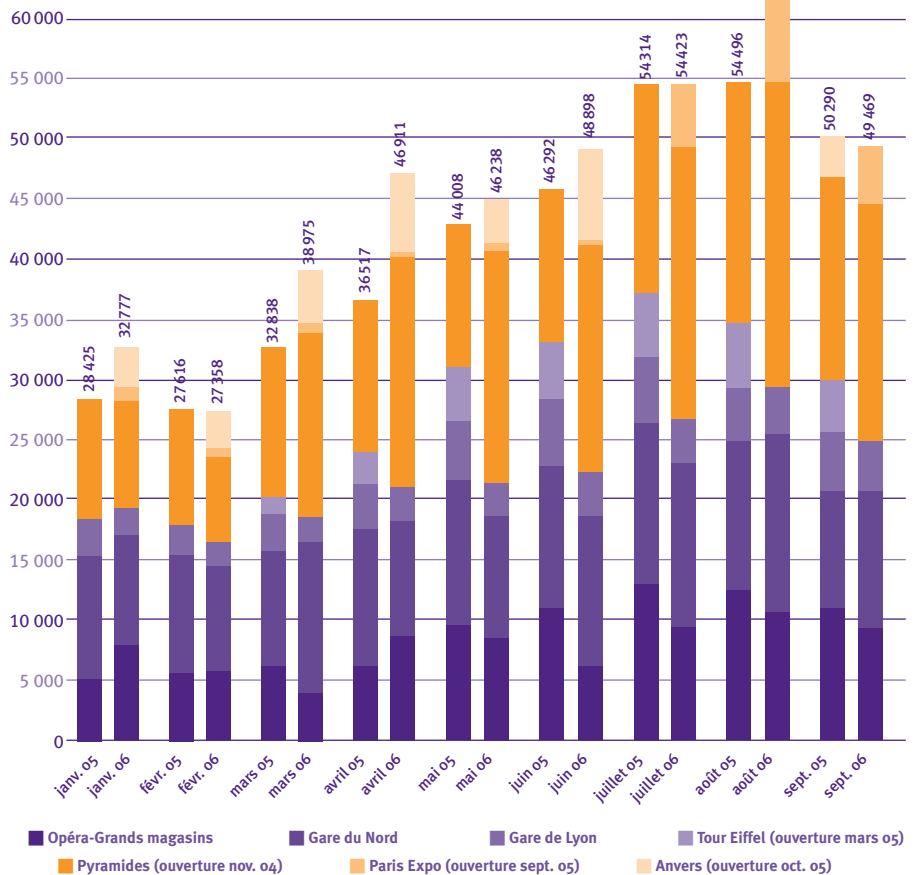
73 % des visiteurs étaient européens. Le top 5 des nationalités est identique à celui des années précédentes, à savoir : la France avec 26,64 % ; l'Espagne, 14,83 % ; le Royaume-Uni, 9,41 % ; l'Italie, 9,58 % et les États-Unis avec 7,27 %.

La part des touristes en provenance des marchés d'approche complexe (Chine, Corée, Brésil, Inde, Russie) progresse et représente 10,25 % de la fréquentation en 2006, contre 7,7 % en 2005.

► **La demande est éclectique.** Elle porte d'abord sur l'orientation dans Paris (36 % purement touristique et 18 % de proximité), puis sur la découverte de la capitale (20 % des demandes concernent le *Paris est à Vous*, les bus touristiques, les croisières, etc.). Les visiteurs sont friands de manifestations (14 %). 7 % des demandes concernent les transports, 3 %, la restauration et 2 %, l'hébergement.

► **Le kiosque Clemenceau est le plus fréquenté :** il offrait les mêmes services que le bureau principal de Pyramides et a battu

Fréquentation des points d'accueil de l'Office au deuxième trimestre 2006



Tous bureaux confondus, avec 406 367 visiteurs, la fréquentation a augmenté de 9 % sur les neuf premiers mois de l'année.

tous les scores avec 721 personnes renseignées par jour. Suivaient, dans l'ordre, les kiosques de Notre-Dame (597/jour), Hôtel de Ville (280/jour), Paris Plages (259/jour) et Bastille (248/jour).

► **Aux côtés de l'Office, les professionnels jouent un rôle de diffuseur.** Depuis trois ans, l'Office reçoit le renfort de ses adhérents.

Hôteliers, opérateurs touristiques, restaurateurs, ils ont été quelque 700 à distribuer les éditions grand public de l'Office, dont 700 000 exemplaires de l'édition *J'aime l'été à Paris*.

En complément, ils étaient destinataires d'une PLV français-anglais invitant les visiteurs à se procurer auprès d'eux le programme des événements de l'été et d'une affiche listant ces manifestations.

► **La Ville de Paris a communiqué sur l'opération auprès des visiteurs sur ses 170 journaux électroniques.** Elle a diffusé alternativement un message d'accueil en français, en anglais, en allemand, en espagnol et en italien.

0 892 68 3000 (0,34 €/min)

38 185 appels ont été servis entre janvier et septembre 2006 (contre 34 838 entre janvier et septembre 2005), ce qui représente une augmentation de 9,6 %.

► Réservations hôtelières

Entre le 1^{er} janvier et le 31 septembre 2006, 17 868 réservations hôtelières ont été effectuées via le système FastBooking. Ce total inclut les réservations effectuées par les agents d'accueil de l'Office (4 949 réservations en 2006, contre 4 681 sur la même période en 2005) et les réservations en ligne sur www.parisinfo.com. Le nombre de réservations hôtelières a pratiquement doublé en un an (20 488 en 2005).

► www.parisinfo.com

• Les visites

Septembre : 659 459
Janvier-septembre 2006 : 5 551 193

• Les pages vues

Septembre 2006 : 4 834 419
Janvier-septembre 2006 : 45 548 423

• Les visiteurs

Septembre 2006 : 613 793
Janvier-septembre 2006 : 5 167 005