

Paris

tourisme infos

Le journal des professionnels du tourisme parisien

Tout sur Paris 2

Chiffres clés

L'Observatoire du Tourisme Parisien

- Paris, capitale du tourisme d'affaires 2
- A Paris, le tourisme crée de l'emploi 2
- 2006, + 3,7 % de fréquentation touristique 2

InjOs pratiques

- Métro, bus et tramway roulent plus tard 3
- Réouverture de la Cité de l'architecture et du patrimoine 3
- Des offres promotionnelles pour Paris 3
- Paris, Capitale de la Création 3

Sélection d'événements

- février - avril 2007 4

Tout sur l'Office 4

Le multimedia, des actions, des résultats

- Prix de la meilleure visibilité pour www.parisinfo.com 4
- www.parisinfo.com et sa boutique en ligne 4
- www.parisinfo.com double sa fréquentation en un an 5
- Une audience internationale en forte progression 5

Direction marketing loisirs, des actions, des résultats

- Un extranet pour la presse et les opérateurs touristiques 5
- Voyages de presse multimarché 2007 5
- Voyage de presse Noël gourmand 5
- Agenda des actions marketing loisirs/communication 5
- French Affairs - New Orleans 5
- World Travel Market 6
- Éductours Corée, Japon, Russie 6
- Tourisme France Chine, à Pékin, Shanghai et Canton 6

Le Bureau des Congrès, des actions, des résultats

- Le Bureau des Congrès collecte les statistiques « congrès » 6
- Agenda des actions Bureau des Congrès 6
- Salon EIBTM à Barcelone 6
- Événement Paris à Londres 7

Le Département des Professionnels du Tourisme Parisien, des actions des résultats

- Spécial adhérents : barèmes et procédures 7
- L'extranet professionnel a trouvé son public 7
- Bilan des éductours et des conférences 7
- Bilan du Forum des loisirs culturels 2006 7

L'Office, des chiffres, des tendances

- Accueil : un bilan très positif 8
- Fréquentation 2006 8
- Réservations hôtelières 8
- 0 892 68 3000 8

Paris Tourisme InjOs

Directeur de la publication

Paul Roll

Rédacteur en chef

Marie-Christine Rabot

Coordination

Sandrine Petit

Ont collaboré à ce numéro

Toutes les Directions et Services

Design graphique

Christian Dao, Dorothée Picard

Impression

A. Roques & Fils

édito

Bertrand Delanoë

Maire de Paris

Paris, capitale mondiale du tourisme d'affaires, doit être ambitieuse

Notre municipalité mesure bien l'importance du tourisme d'affaires, véritable industrie qui génère des retombées économiques de 4,5 milliards d'euros par an pour la capitale et sa région, qui emploie quelque 42 000 personnes et engendre 44 % des nuitées hôtelières à Paris.

Aussi je salue la création du groupe « Paris, Capitale du Tourisme d'Affaires », né de la pugnacité de mes adjoints Jean-Bernard Bros, en charge du tourisme, et Christian Sautter, en charge du développement économique, des finances et de l'emploi. En s'appuyant sur l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, ils ont su regrouper les représentants des sites les plus éminents du secteur, notamment ceux de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et de Paris Expo, pour défendre les couleurs de la capitale, son offre, son image et sa toute première position.

Qu'ils soient remerciés de leur ambition pour Paris. Leur démarche est animée par la poursuite d'un intérêt commun : bâtir une politique de place pour notre capitale. C'est bien volontiers que je les accompagnerai et me ferai leur porte-parole. Ils me trouveront à leurs côtés, prêt à défendre la candidature de Paris pour recevoir de grands congrès internationaux. Pour les principales manifestations internationales, les services de la Ville de Paris s'emploieront à ce que les congressistes, visiteurs et exposants des salons soient reconnus et honorés par notre capitale : pavoiement des grandes avenues, message de bienvenue sur les panneaux lumineux, lettre d'accueil dans les hôtels, ouverture des salons de l'Hôtel de Ville. Nous nous inspirerons de l'exemple de l'opération Paris, Capitale de la Création pour laquelle la Ville sait mobiliser toute son énergie aux côtés des professionnels concernés.

J'encourage vivement le groupe « Paris, Capitale du tourisme d'affaires » à pérenniser ses travaux en s'appuyant sur l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris et son Bureau des Congrès, interface entre les acteurs majeurs du secteur et les différents services de la Ville concernés par ces grands événements. Il reviendra à ce groupe de bâtir une stratégie de marque pour Paris, destinée à valoriser la puissance de nos infrastructures d'accueil, la qualité des services offerts et le potentiel de séduction unique de notre capitale.

Tout sur Paris

Chiffres clés L'Observatoire du Tourisme Parisien communiqué

■ Paris capitale du tourisme d'affaires

Face à une concurrence âpre, Paris, conquérante et ambitieuse, doit faire savoir qu'elle est « la capitale mondiale du tourisme d'affaires » et qu'elle met tout en œuvre pour creuser l'écart avec ses grandes rivales mondiales.

Ce message a été martelé lors de la conférence de presse organisée le 16 novembre à l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris par son Président, Jean-Claude Lesourd, l'Adjoint au Maire chargé du tourisme, Jean-Bernard Bros, et le Vice-président en charge des congrès et salons de la CCIP, Jean-Yves Durance. Parmi les participants, on comptait une vingtaine de journalistes, représentant notamment *Le Parisien*, *Métro*, *le Journal du dimanche*, *l'Echo Touristique* et *le Quotidien du Tourisme*.

A cette occasion, l'Office a fait paraître un numéro spécial de *Paris Tourisme Infos* consacré au « *Tourisme d'affaires à Paris et en Île-de-France* ». Elaboré avec la contribution des acteurs du secteur, ce document brosse un panorama global de l'offre et de l'activité de cette industrie.

► Paris capitale mondiale des congrès

Sur le segment des congrès associatifs internationaux, Paris occupe la première place depuis 27 années consécutives dans le classement de l'Union des Associations Internationales. Avec 294 réunions en 2005 (73 de plus qu'en 2004), Paris distance Vienne, Bruxelles ou Singapour. Ce titre est confirmé par l'International Congress & Convention Association, qui situe Paris en tête des capitales de congrès avec 78 612 participants, devant Vienne, Copenhague et Hong Kong. Paris est également première pour les foires et salons (capacité cumulée et nombre d'exposants). La surface brute de ses dix plus importants centres de congrès et d'exposition atteint 630 000 m², loin devant ses rivales allemandes ou italiennes.

► Le tourisme d'affaires, poids lourd de l'économie francilienne

Paris et l'Île-de-France concentrent près de 80 % de l'activité tourisme d'affaires en France. Les retombées économiques du secteur sont estimées à 4,5 milliards d'euros, sans compter la création ou le maintien de 52 000 emplois. Avec 44 % des nuitées hôtelières parisiennes, cette activité est l'un des piliers de la fréquentation touristique. En outre, les dépenses des visiteurs d'affaires (275 € par jour), sont supérieures à celles des visiteurs de loisirs.

► Des professionnels en ordre de marche

Les professionnels du secteur mutualisent leurs efforts et défendent la suprématie de Paris, capitale mondiale du tourisme d'affaires. Le Bureau des Congrès de Paris contribue à cette dynamique. Il sert d'interface entre les professionnels et leurs clients et développe la visibilité de la destination à travers des actions de promotion et de communication. Il est à l'origine du groupe de travail « Paris capitale du tourisme d'affaires », qui regroupe les professionnels du secteur pour contribuer, avec la Ville de Paris et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, à l'émergence d'une politique de place.

► Le Maire de Paris s'engage

En novembre dernier, le Maire de Paris, entouré de Christian Sautter, Adjoint au maire de Paris chargé du Développement économique, des finances et de l'emploi et de Jean-Bernard Bros, Adjoint au Maire de Paris chargé du tourisme, recevant les professionnels du groupe « Paris capitale du tourisme d'affaires », a réaffirmé sa volonté d'être le porte-parole du secteur. S'impliquant davantage afin de défendre la candidature de la capitale pour l'organisation de congrès internationaux (lettre de soutien, intervention filmée, etc.), il mettra tout en œuvre pour que les congressistes, les visiteurs et les exposants des salons soient considérés en « VIP » (pavoisement de la ville aux couleurs des grandes manifestations ; mot de bienvenue sur les panneaux lumineux ; lettre d'accueil du Maire et ouverture des salons de l'Hôtel de Ville lors de grandes manifestations professionnelles). Il encourage le groupe dans ses travaux avec un premier objectif : bâtir une stratégie de marque pour Paris en s'appuyant sur l'Office, interface entre les acteurs du secteur et les services concernés de la Ville de Paris dans le cadre des manifestations professionnelles majeures.

► Les « effets Paris »

Le *leadership* de Paris est solidement ancré. Les industriels du secteur ont lourdement investi et renouvelé l'offre. A l'image d'Unibail et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, les grands centres d'exposition et de congrès ont opéré des concentrations sites/organismes, afin d'offrir des solutions diversifiées pour l'accueil des manifestations

internationales. La structuration de l'offre hôtelière (150 000 chambres en Île-de-France, 75 000 dans Paris intra-muros), notamment autour de grandes chaînes internationales, s'accompagne de « solutions affaires intégrées ». Outre une offre importante au sein des centres universitaires et hospitaliers, des lieux plus atypiques s'ouvrent à l'événementiel (musées, parcs et jardins, etc.).

Paris recèle d'autres atouts qu'elle a transformés en « avantages acquis ». « Hub » international sur les plans aérien et ferroviaire, la ville s'enorgueillit d'un réseau urbain perpétuellement étendu et renoué ; outre son poids économique et financier, elle est internationalement reconnue comme pôle mondial de recherche et d'innovation. L'attrait qu'elle suscite, né de l'osmose entre modernité et patrimoine séculaire, contribue à faire qu'une manifestation organisée à Paris accueille entre 10 % et 30 % de participants de plus que dans une autre ville.

■ À Paris, le tourisme crée de l'emploi*

À Paris, la croissance de l'activité touristique a fait de 2005 (qui détrône 2000) la nouvelle année de référence. Le tourisme représente 12 % des emplois salariés (+0,7 point par rapport à 2004). Une conjoncture internationale favorable permet au tourisme parisien de créer ou de maintenir 147 632 emplois directs. Les emplois touristiques parisiens représentent respectivement 51,1 % et 14,9 % des emplois touristiques franciliens et nationaux. 2005 a vu la création de 2 780 emplois touristiques (+1,9 % par rapport à 2004). Cette hausse touche notamment les transports (+2,4 %), la restauration et l'hébergement (respectivement +2,1 % et +2 %) : le tourisme à Paris crée de l'emploi.

*Source : 2005 - GARP (Groupement des Assedics de la Région Parisienne).

■ 2006, + 3,7 % de fréquentation touristique

Selon les données de l'Observatoire économique du tourisme parisien, 2006 sera un bon cru pour la fréquentation touristique. Les excellents résultats de septembre prolongent les tendances positives des huit premiers mois (de janvier à septembre, le taux d'occupation moyen est de 76,4 %, +3,2 points par rapport à 2005). Octobre, dopé par le Mondial de l'Automobile, devrait accentuer ces résultats. L'Observatoire table sur une croissance de fréquentation 2006 de l'ordre de 3,7 % (15,9 millions d'arrivées et 34,9 millions de nuitées hôtelières) et sur un taux d'occupation moyen prévisionnel de 73,9 % (+ 2,6 points).

Infos pratiques

■ Métro, bus et tramway roulent plus tard

Depuis le 23 décembre 2006, le métro parisien fonctionne les samedis soir jusqu'à 2 h 15 au lieu de 1 h 15. Cet horaire vaut également pour une soixantaine de bus assurant les liaisons entre Paris et la banlieue, pour le tramway parisien et pour les sept nouvelles lignes du Noctilien. Dès le 29 juin 2007, cette mesure s'étendra aux vendredis.

Informations : www.ratp.fr

■ Réouverture de la Cité de l'architecture et du patrimoine

En mars 2007, la Cité de l'architecture et du patrimoine sise au palais de Chaillot invitera à une fascinante exploration de l'architecture française, du XII^e siècle à nos jours. Dans des espaces entièrement rénovés, le visiteur découvrira les moulages des plus beaux monuments du Moyen Âge et de la Renaissance française, ainsi que des reproductions à taille réelle de peintures murales de ces périodes. Lors de la réouverture, une nouvelle galerie, consacrée à l'architecture française de 1851 à nos jours, sera inaugurée. Nombre de dispositifs pédagogiques accompagneront la visite — certains classiques, comme les visites guidées, d'autres innovants, comme les images de synthèse.

La Cité présentera également, sur plus de 2 000 m², des expositions temporaires, faisant part égale à l'actualité architecturale et urbaine et aux aspects patrimoniaux. Des ateliers pédagogiques pour tous les âges compléteront collections et expositions, tandis que l'auditorium de la Cité présentera une programmation variée : conférences, débats, cours publics sur l'histoire de l'architecture, projections audiovisuelles, etc.

Contact presse : Aideen Hallemann
ahallemann@citechaillo.org

■ Des offres promotionnelles pour Paris

L'Office, avec la complicité de ses partenaires parisiens, mène des opérations d'image destinées à dynamiser la fréquentation de la capitale, notamment pendant les mois de basse saison. Toutes bénéficient d'une communication sur le site Internet www.parisinfo.com (dossiers spéciaux, mise en ligne des offres) et auprès de la presse et des opérateurs français et étrangers (grâce aux communiqués de presse et aux newsletters des bureaux de Maison de la France à l'étranger).

► Fêtes de fin d'année

Les adhérents ont été nombreux à renvoyer leurs traditionnelles offres de fin d'année. Elles étaient en ligne, en français et en anglais, sur

le site grand public www.parisinfo.com dès la deuxième quinzaine de novembre.

► Soldes by Paris

Une enquête de l'Office a montré que, si « Paris, ville musée » entre en ligne de compte à hauteur de 86 % dans les intentions de visites, le score du shopping atteint près de 60 %. L'Office valorise donc l'offre parisienne dans ce domaine avec un soin tout particulier, tant auprès des visiteurs grand public que des prescripteurs de la destination Paris, en France et à l'étranger.

Sur www.parisinfo.com, la rubrique *Mode et shopping* présente un Paris où se côtoient vitrines du luxe, jeunes créateurs, petites boutiques, grands magasins et passages commerciaux, mais aussi artisanat et savoir-faire traditionnel. Le site fait aussi la part belle à un événementiel qui gravite autour du commerce et de la création parisienne, tandis que l'espace Presse et opérateurs touristiques propose aux prescripteurs de la destination un dossier sur l'une des composantes majeures de l'art de vivre parisien, le shopping. A l'instar de Londres ou de Dubai, Paris se veut « capitale des soldes ». Deux fois l'an, pendant six semaines, les visiteurs s'y pressent pour profiter d'affaires exceptionnelles. C'est donc tout naturellement que l'Office a été associé à l'opération **Soldes by Paris*** qui regroupait du 10 au 21 janvier plus de mille commerces pour faire de janvier le mois du tourisme « shopping ». Temps forts : le lancement de l'opération aux Galeries Lafayette, le 10 janvier, la « Nuit des soldes », le 11 janvier, et l'ouverture de certaines boutiques participant à l'opération, le 14 janvier. Parallèlement, 243 professionnels (hôteliers, restaurateurs et excursionnistes), fédérés par l'Office, ont proposé des offres privilégiées autour de cet événement. Pour donner plus d'éclat à cette opération, la Ville de Paris a prolongé les illuminations de fin d'année dans 30 quartiers jusqu'au 18 janvier.

Dates officielles des soldes d'hiver
à Paris : du 10 janvier au 17 février 2007.

* Cette première édition de **Soldes by Paris** a été initiée par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris - délégation de Paris, associée à l'Office et à la Ville de Paris, en partenariat avec l'Union du grand Commerce de Centre Ville, les associations de commerçants, la Fédération nationale de l'habillement, le Conseil national des succursalistes de l'habillement, la Bred et les grands magasins.

► Février, mois du romantisme

« 28 jours pour s'aimer dans la plus romantique des capitales », c'est l'offre séduction de l'Office et de ses adhérents parisiens. Ces derniers proposent promotions et petits « plus » pour faire de chaque jour de février une Saint-Valentin.

En 2007, 265 partenaires* se prêtent au jeu. Dans certains hôtels, les remises accordées

atteignent 40 % sur le prix d'une chambre ; d'autres offrent le petit déjeuner ou une bouteille de champagne... Les restaurants concoctent des menus spéciaux pour la Saint-Valentin. Les sites culturels, les lieux de loisirs et les boutiques présentent itinéraires et animations sur le thème du « Paris amoureux ». Tout le mois, l'Office se pare des couleurs de l'amour. En outre, il est partenaire du festival *Comme une Romance à Paris* qui, pour sa deuxième édition, investit le quartier de Montmartre. Au programme : bals comme autrefois, le 11 février ; romances dans les cafés du quartier ; « nuit de la romance » dans les cabarets et cafés, le 16 février ; promenades guidées sur le thème de la romance amoureuse et de la romance chantée ; enfin, le 13 février, le grand prix de la nouvelle romance, à La Boule noire (18^e), permettra de découvrir de nouveaux jeunes talents.

Pour découvrir les offres de février :
www.parisinfo.com et
www.commeuneromance.com

* 265 adhérents de l'Office offrent des promotions : 190 hôtels (du 1* au 4* Luxe) ; 13 résidences hôtelières, 4 sociétés de location d'appartements meublés, 4 organismes de chambres d'hôtes et 4 centrales de réservations hôtelières ; 15 cafés et restaurants ; 29 sociétés proposant des offres « loisirs » et 6 sociétés des produits « shopping ou mode ».

Paris, Capitale de la Création

Le monde entier a rendez-vous à Paris avec le meilleur de la création pour la mode et la maison. Tous les salons sur ce thème se sont associés à la Ville de Paris et à l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris pour accueillir les 250 000 acheteurs professionnels, dont 50 % d'étrangers, à Paris, à compter de fin janvier, dans les parcs Paris Expo Le Bourget, Paris Nord Villepinte et Paris Expo Porte de Versailles.

Une gamme complète de services (hébergement, transports, affichage, etc.) est développée pour faciliter l'activité des acheteurs du monde entier, attirés par cette offre unique. Paris est, en effet, la seule ville au monde à pouvoir ainsi rassembler les plus grands designers mode et maison, via une quinzaine de salons qui en font la capitale mondiale des tendances.

A noter : les grands acheteurs internationaux, les créateurs et la presse ont été conviés à une réception, le 2 février, à l'Hôtel de Ville.

Parallèlement, le réseau municipal, notamment sur les Champs-Élysées, pavoise aux couleurs de l'opération.

Pour en savoir plus :
www.pariscapitaledecreation.com

Sélection d'événements Février-avril 2007

Expositions

6 mars-13 mai

La Forêt de Fontainebleau Un atelier grandeur nature. De Corot à Picasso

La forêt de Fontainebleau, pôle d'attraction pour les artistes.

Musée d'Orsay (7°)

Tél. 01 40 49 48 14

www.musee-orsay.fr

7 mars-29 juillet

René Lalique, créateur d'exception 1890-1910

150 œuvres : bijoux, verrerie, photographies, etc. réalisées entre 1880 et 1910 par René Lalique, inventeur du bijou moderne, et ses contemporains.

Musée du Luxembourg (6°)

Tél. 01 42 34 25 95

www.museeduluxembourg.fr

28 mars-2 juillet

Le Nouveau Réalisme

200 œuvres d'Arman, César, Christo, Klein, Niki de Saint-Phalle, etc., et le « nouveau réalisme », mouvement phare de la scène française artistique de l'après-guerre.

Galleries nationales du Grand Palais (8°)

Tél. 01 44 13 17 17

www.rmn.fr/galleriesnationale
sdugrandpalais

Fêtes

Fin mars-fin mai

Foire du trône

Pelouse de Reuilly (12°)

Tél. 01 46 27 52 29

www.foiredutrone.com

30 mars

Récital Jessye Norman

Mark Markham au piano (Berlioz, Debussy, Duparc, Fauré, Ravel, etc.).

Salle Pleyel (8°)

Tél. 01 42 56 13 13

www.sallepleyel.fr

31 mars-30 septembre

Les Grandes Eaux Musicales

Fontaines et bassins en eaux, au rythme de musiques baroques.

Parc du Château

de Versailles (78)

Tél. 01 30 83 78 88

www.chateauversailles-spectacles.fr

25 avril

Classical Spectacular

Bizet, Verdi, Tchaïkovski, etc., par le Royal Philharmonic Orchestra de Londres, sur fond de feux d'artifices et d'effets lumineux spectaculaires.

Palais Omnisports

de Paris-Bercy (12°)

Tél. 0 892 390 490

(0,34 €/min)

www.bercy.fr

Spectacles

6-11 février

American Ballet Theatre

Chorégraphies Marius Petipa, Jérôme Robbins, George Balanchine, etc.

Théâtre du Châtelet (1°)

Tél. 01 40 28 28 40

www.chatelet-theatre.com

14-16 février

Béjart Ballet Lausanne –

« Amor 4 x vingt »

Chorégraphie Maurice Béjart.

Palais des Sports (15°)

Tél. 0 825 038 039

(0,15 €/min)

www.palaisdessports.com

15-25 février

Holiday on Ice – « Mystery »

Zénith (19°)

Tél. 0 892 68 36 22

(0,34 €/min)

www.le-zenith.com

Salons / Salons d'art

Paris Expo Porte de Versailles (15°)

3-11 mars

Salon international
de l'agriculture

www.salon-agriculture.com

23-27 mars

Salon du livre de Paris

(invité d'honneur : l'Inde)

Tél. 01 41 90 47 40

www.salondulivreparis.com

27 avril-8 mai

Foire de Paris

Tél. 01 49 09 60 00

www.foiredeparis.fr

Sports

10-11 février

Tournoi International de Paris Île-de-France - judo

Palais Omnisports de Paris-Bercy (12°)

Tél. 0 892 390 490

(0,34 €/min)

www.ffjudo.com

Matches du tournoi des VI Nations - rugby

24 février

France-Pays de Galles

17 mars

France-Écosse

Stade de France (93)

Tél. 0 892 700 900

(0,34 €/min)

www.ffr.fr

15 avril

Marathon de Paris

42,195 km dans Paris : des Champs-Élysées à l'avenue Foch, en passant par Bastille, Nation, Vincennes, les Tuileries, etc.

Tél. 01 41 33 15 68

www.parismarathon.com

Tout sur l'Office

Le multimédia, des actions, des résultats

■ Prix de la meilleure visibilité pour www.parisinfo.com

Le 28 novembre 2006, le site Internet grand public de l'Office, www.parisinfo.com, a remporté le trophée de la meilleure visibilité lors des Rencontres du e-tourisme institutionnel. Cet événement était organisé à Toulouse par Ardesi pour les Comités Départementaux et Régionaux du tourisme, etc., en partenariat avec la FNCDT, la FNOTSI, Maison de la France et la Direction du Tourisme. Le trophée reçu par l'Office récompense l'optimisation technique de ses pages, son excellent référencement sur les moteurs de recherche et la bonne visibilité qui en découle pour son contenu.

■ www.parisinfo.com et sa boutique en ligne

Sur www.parisinfo.com, les internautes peuvent réserver tours de bus (Open Tour, Cars Rouges), croisières sur la Seine (Bateaux Parisiens, Batobus), passes transports (Paris Visite), billets combinés Louvre-Ratp, sans oublier le Paris City Passport ou encore des entrées pour Disneyland Paris, et, en exclusivité en ligne, le Paris Museum Pass. En cliquant en haut de la page d'accueil, sur le double encart clignotant, les internautes accèdent aux boutiques française, anglaise et allemande. Une fois les produits choisis, le paiement se fait en ligne, et le retrait, au bureau d'accueil de la rue des Pyramides (à condition de passer commande 4 jours à l'avance).

La boutique en ligne, qui a ouvert en octobre dernier, a déjà servi de clients de 28 nationalités différentes (de l'Allemagne au Venezuela en passant par la Pologne ou Taiwan). Ses principaux clients sont des Français (23 %), des Américains (18 %) et des Espagnols (10 %). Tous se disent extrêmement satisfaits du service rendu. Leur passage au bureau principal est l'occasion de leur proposer des informations et des services supplémentaires. Le dispositif mis en place par l'Office apporte confort et gain de temps : le visiteur n'a qu'une halte à effectuer pour profiter pleinement de Paris.

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

■ www.parisinfo.com double sa fréquentation en un an

Récoltant les fruits du travail de référencement effectué depuis 2005, le site Internet de l'Office, continuellement mis à jour et enrichi, a enregistré une fréquentation record en 2006. Entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre, le nombre de visiteurs (qui atteint 7 millions) et le nombre de visites ont été multipliés par deux, tandis que le nombre de pages vues croissait de près de 50 % par rapport à 2005. En 2007, le site s'ouvrira une refonte structurelle complète, afin d'améliorer la plateforme technique et fluidifier l'accès au site pour les visiteurs. Cette nouvelle version sera en ligne au premier trimestre.

► Les visites

Décembre 2006 : 507 034
Janvier-décembre 2006 : 7 500 518
Soit +96 % par rapport à 2005
(3 827 385 visites)

► Les pages vues

Décembre 2006 : 4 073 963
Janvier-décembre 2006 : 57 000 004
Soit +48 % par rapport à 2005
(38 293 095 pages vues)

► Les visiteurs

Décembre 2006 : 471 176
Janvier-décembre 2006 : 6 982 938
Soit +97 % par rapport à 2005
(3 529 373 visiteurs)

■ Une audience internationale en forte progression

Entre 2005 et 2006, la fréquentation du site Internet de l'Office a progressé de façon exponentielle pour atteindre 7 millions de visiteurs. Les populations de visiteurs étrangers ayant enregistré les plus belles évolutions sont les suivantes :

Portugal	+ 68 %
Chine	+ 66 %
Espagne	+ 64 %
Italie	+ 63 %
Brésil	+ 62 %
Allemagne	+ 57 %
Argentine	+ 57 %
Mexique	+ 56 %

Sur la même période, l'audience française a progressé de 51 %, l'audience britannique de 35 %, l'américaine de 38 % et l'allemande, de 57 %.

Direction marketing loisirs, des actions, des résultats

■ Un extranet dédié pour la presse et les opérateurs touristiques

La presse et les opérateurs touristiques français et étrangers peuvent désormais consulter la photothèque et la sélection d'événements, s'abonner à la e-newsletter, télécharger dossiers d'information, communiqués de presse et publications : il leur suffit de se connecter sur l'espace d'information de la Direction marketing loisirs et communication, à l'adresse <http://presstraveltrade.parisinfo.com>. L'accès se fait via le site www.parisinfo.com : cliquer en haut et à gauche sur « Presse et opérateurs » ou, pour la version anglaise, « Press and travel trade ».

■ Voyages de presse thématiques multimarchés 2007

L'Office a communiqué aux attachés de presse de Maison de la France les grands thèmes et les dates des voyages de presse 2007, afin qu'ils soient intégrés à leurs plans d'actions.

- **Paris famille**, 7-9 février.
- **Paris architecture & design**, 21-23 mars (avec l'ouverture de la Cité de l'architecture).
- **Paris sport / tonique**, 25-27 avril (en amont de la Coupe du monde de rugby).
- **Paris gay**, 29 juin-1^{er} juillet (à l'occasion de la Gay pride).
- **Paris contemporain**, 17-19 octobre (avec l'ouverture de la Gaîté lyrique).
- **Paris rêvé**, 12-14 décembre (grands noms de la mode et de la décoration, grands hôtels, etc.).

■ Voyage de presse thématique Noël gourmand

Du 6 au 8 décembre, l'Office a reçu 20 journalistes venus d'Allemagne, de Grande-Bretagne, de Belgique, d'Irlande, de Malaisie, de Thaïlande, des États-Unis, du Portugal, d'Espagne, du Canada et du Japon. Au programme : illuminations et agapes à travers un itinéraire « gourmandises » à Saint-Germain-des-Prés avec Meeting the French (fournil de la boutique Poilâne, chocolatier La Reine Astrid et visite technique chez Girard) ; aux Galeries Lafayette, déjeuner animé par un sommelier et visite du Lafayette gourmet. Côté « nourritures spirituelles » : le Louvre et ses œuvres liées au « bien manger », puis la découverte de l'exposition Doisneau, à l'Hôtel de Ville, parachevaient le voyage.

■ French Affairs – Nouvelle Orléans

Du 22 au 24 octobre, l'Office a participé à la 4^e édition du French Affairs : deux jours de travail intensif entre 90 opérateurs américains programmant la France et 51 professionnels français* venus à leur rencontre. L'Office a présenté le nouveau visage de la destination Paris et ses outils pour les professionnels — notamment la photothèque en ligne, la e-newsletter mensuelle, l'espace professionnel, ainsi que le numéro spécial « Paris-Île-de-France » de l'hebdomadaire américain des professionnels du tourisme *Travel Weekly*. Les opérateurs se sont montrés très intéressés ; nombre d'entre eux souhaitent bénéficier d'une meilleure formation pour leurs réseaux. Suivaient un workshop avec rendez-vous programmés et une soirée dans le jardin de l'African American Museum.

* Paris était notamment représenté par : AAA Elite Limousines & Security, RATP, les hôtels Best Western Plaza Élysées, le groupe Home Plaza, le groupe Inter Hotel, le Méridien Étoile, Pierre & Vacances Aparthotels, Residhome et le groupe Regetel, les réceptifs et excursionnistes KTS, Parisvision et Waticar, les magasins Printemps et la Vallée Village, Outlet Shopping.

Agenda des actions marketing loisirs/communication

Janvier	« mois du shopping »
23	Sensibilisation commerciale et à l'accueil des membres du Comité Russie
29 janv.- 2 fév.	Salon Fitur à Madrid avec le CRT et 14 partenaires
Février	« mois du romantisme »
1 ^{er}	Sensibilisation commerciale et à l'accueil des membres du Comité Japon
6	Sensibilisation commerciale et à l'accueil des membres du Comité Inde
7-9	Accueil de presse multimarché « Paris Famille »
13-16	Mission Comité Paris à Moscou (opérateurs invités originaires de Moscou, Saint-Petersbourg, Ekaterinbourg et Kiev)
22	Sensibilisation commerciale et à l'accueil des membres du Comité Chine
Mars	« mois du bien-être »
1 ^{er}	Sensibilisation commerciale et à l'accueil des membres du Comité Corée
5-9	• Démarchage et formation des professionnels brésiliens avec la TAM et Maison de la France • Mission exclusive Paris en Inde à New Delhi et à Bombay
7-9	ITB Berlin avec le CRT
21-23	Accueil de presse multimarché « Architecture et Design »
21-24	MITT Moscou (espace Paris sur le stand de Maison de la France)
27-28	Workshop Rendez-vous France 2007 à Strasbourg (80 exposants parisiens)

La fréquentation nord-américaine à Paris.

Après une excellente année 2005 (+16 % d'arrivées hôtelières), les indicateurs 2006 sont au vert sur cette clientèle (+14 % entre janvier et juillet). Les prévisions 2007 annoncent le retour à une fréquentation voisine de celle, record, de 2000. En raison de son immensité (300 millions d'habitants) et de sa diversité, ce marché est très complexe. A noter : sensibles à la conjoncture internationale, ces visiteurs réservent sur Internet, au détriment des agences de voyages, et privilégient les courts séjours.

World Travel Market

Avec plus de 47 000 visiteurs (+13 % comparé à 2005), le WTM compte parmi les principaux salons de tourisme au monde. Du 6 au 9 novembre, dans le cadre d'une collaboration continue, l'Office a fait stand commun avec le Comité Régional du Tourisme d'Île-de-France, sous l'intitulé *Paris Visitors Bureau & Paris Region Tourist Board*. La couleur orange et l'enseigne « Paris and more » étaient reprises sur chacun des 28 stands franciliens. Objectif : communiquer plus amplement sur l'image de la capitale et mutualiser les contacts (80). Pour la 5^e année consécutive, l'Office a organisé un petit déjeuner de travail pour lequel il avait sollicité des opérateurs venus de Delhi et de Bombay qu'il savait présents à Londres. Basée sur des échanges professionnels et amicaux, cette rencontre est désormais entrée dans les mœurs : 20 opérateurs étaient présents en 2006, contre 7 en 2002. L'Office poursuit un plan d'actions d'envergure sur ce marché prometteur.

Eductours Corée, Japon et Russie

En complément des missions sur les marchés, une fois l'an, pour séduire les plus importants opérateurs des marchés concernés, l'Office organise un éductour spécifique Comités Paris. 5 opérateurs coréens (29 oct.-2 nov.), 6 japonais (13-17 nov.) et 6 russes (25-29 nov.) ont ainsi été accueillis. Pour tous, la démarche est identique. Les invités sont accompagnés d'un responsable de Maison de la France et d'un journaliste de la presse professionnelle qui relaie l'information au retour. Si le fil conducteur des éductours reste « l'ambiance parisienne », les sites sont choisis selon l'origine des visiteurs. La Corée évolue vers une clientèle plus haut de gamme ; la Russie et le Japon sont avides de nouveautés. Les invités rencontrent systématiquement les responsables marchés des sites visités. Un workshop de rencontre avec les partenaires du Comité Paris et un cocktail avec les opérateurs du marché concerné basés à Paris complètent le dispositif.

« Tourisme France Chine », à Pékin, à Shanghai et à Canton

Du 20 au 25 novembre, dans le cadre de l'opération annuelle « Tourisme France Chine » de Maison de la France, l'Office a représenté la capitale et ses 32 partenaires du Comité Paris aux côtés d'une quarantaine de professionnels français. La visibilité accordée à Paris était satisfaisante, et les contacts, intéressants (82 opérateurs, dont 4 « tourisme d'affaires »). Les opérateurs locaux ont pris conscience que les tours d'Europe « au galop » (10 à 15 pays) ne sont pas la panacée. Ils revoient leur programmation au profit de Paris ; en mars 2007, la capitale sera programmée pour la première fois pour une semaine, en monodestination, par un opérateur cantonnais. Si les voyages individuels ne sont pas encore d'actualité, l'évocation d'une nuit supplémentaire engendrée par le pôle Trocadéro a reçu un bon écho. Paris, avec son aura romantique, a le vent en poupe, et les bonnes relations entre la France et la Chine se ressentent. Toutefois, des points plus délicats ont été abordés (sécurité, communication des sites parisiens en langue chinoise, insuffisance des 800 à 900 visas accordés par jour). En marge de la mission, de nombreux rendez-vous ont été réalisés (Air France, Sopexa, la CCIP et la CCI française).

Le Bureau des Congrès, des actions, des résultats

Le Bureau des Congrès collecte les statistiques « congrès »

Pour disposer de chiffres sur l'activité congrès et défendre la position de leader de la capitale dans les classements ICCA et UAI, l'Observatoire économique du tourisme parisien a initié l'an dernier, en collaboration avec le Bureau des Congrès, le recensement des congrès associatifs accueillis en 2005. Cette démarche a rencontré le succès escompté avec 825 congrès collectés. D'ores et déjà la position concurrentielle de la capitale sur la scène internationale se renforce, comme en attestent les classements ICCA et UAI. Afin de pérenniser cette dynamique, l'Observatoire

reconduit la collecte des congrès 2006 auprès de 95 acteurs majeurs dont il retransmettra les données aux instances internationales ICCA et UAI mi-janvier.

Salon EIBTM à Barcelone

Du 28 au 30 novembre, le Bureau des Congrès a répondu présent à l'EIBTM à Barcelone, premier salon professionnel de l'industrie des conférences, incentives et événements (6 000 visiteurs dont 3 000 *hosted buyers* pour 2 700 exposants, 95 pays représentés). Avec 130 m² pour la capitale (contre 120 m² et 2005 et 90 m² en 2004), le stand, de couleur vive, à l'intitulé impératif : « *Paris Now !* », était aussi doté d'un nouveau mobilier. Paris regroupait 23 exposants (15 en 2005)*. Comme chaque année, des actions spécifiques ont été mises en place.

- En amont, un e-mailing auprès de 4 300 opérateurs du tourisme d'affaires les invitait à rencontrer les prestataires parisiens exposants sur le stand Paris, lors d'un cocktail quotidien organisé en partenariat avec Saint Clair Le Traiteur.
- Un dîner a réuni, pour la première fois à Barcelone, 15 décideurs d'associations internationales ayant un potentiel fort pour Paris et les 7 partenaires du stand Paris, membres de l'association internationale ICCA.
- Des publiereportages « Paris » dans les supports professionnels tourisme d'affaires majeurs présentaient les nouveautés parisiennes et valorisaient les partenaires présents. Le Bureau des Congrès a réalisé quelque 160 rendez-vous très fructueux : 65 se sont transformés en projets pour la destination. Les demandes proviennent principalement d'Allemagne, de Belgique, des États-Unis, d'Italie, du Royaume-Uni et des Pays-Bas.

* **Les partenaires parisiens d'EIBTM** : a.a.a. Paris Hotel Solution, Alliance Hospitality - Holiday Inn Paris L.V., Bateaux Parisiens/Sodexo Prestige/Lido Champs-Élysées Paris, Coast Organisation, Concorde Hotels & Resort, Ratp - Carte Congrès, Disneyland Resort Paris - Business Solutions, Eurostar, France Connection, Hotel Lotti Paris, La Fayette Travel, Les Jardins du Marais, Novotel Paris Tour Eiffel, Palais des Congrès de Paris, Palais des Congrès de Versailles, Paris Expo - The Paris Meeting Points, Paris Le Bourget Exhibitions Venue, Paris Nord Exhibitions and Conventions Centre, Pavillon Dauphine, Radisson SAS Hotels Paris, Raphael, Regina, Majestic Hotels, Saint Clair Le Traiteur, Sofitel Hotels & Resorts.

Agenda des actions Bureau des Congrès

Janvier	Éductour multimarché Paris Bedouk, en partenariat avec Maison de la France. Près de 200 <i>hosted buyers</i> invités
21-22	de la France. Près de 200 <i>hosted buyers</i> invités
23-24	Salon Bedouk MC&IT - Paris Expo Porte de Versailles
30	3 ^e réunion Congrès, sites et PCO
Février	19 ^e Journées France Congrès à Evian
7-9	Mission Comité Paris à Moscou
13-16	Mission Comité Paris à Moscou
Mars	Conférence européenne MPI (Meeting Professional International) à Copenhague
18-20	Conférence européenne MPI (Meeting Professional International) à Copenhague
27-29	Démarchage agences britanniques

■ Événement Paris à Londres

Le 7 novembre dernier, à l'occasion du World Travel Market auquel participait la Direction marketing loisirs, le Bureau des Congrès a organisé un événement intitulé «Uncover the essence of Paris».

Cette première londonienne comprenait un workshop et un cocktail réunissant 25 professionnels parisiens, membres du Bureau, venus à la rencontre de quelque 75 clients potentiels pour Paris. Pour le Bureau des Congrès, au service de la destination et de ses professionnels, l'objectif était à la fois d'affirmer la position de leader de Paris sur le marché britannique et de donner aux membres du Bureau des Congrès l'accompagnement sur cette opération, l'opportunité de rencontrer des clients de qualité. Un important dispositif marketing a été déployé en soutien de cette manifestation : e-mailings, flyers de présentation des partenaires, création d'un site web, questionnaire de qualification pour les inscriptions, enquête qualité auprès la manifestation, etc.

► **L'événement Paris** s'est tenu au Paper & Glass, nouveau lieu insolite des nuits londoniennes. La soirée a été rythmée de moments forts, notamment la projection en musique d'un étonnant PowerPoint géant sur Paris, et de la diffusion, en avant-première, du supplément Paris du magazine *C&IT*. La soirée a été particulièrement prisée des participants et de leurs invités, tous enchantés par l'organisation et la qualité des contacts établis.

► **Eurostar et le magazine C&IT**, les principaux partenaires, ont été impliqués très en amont de l'événement. C&IT a notamment apporté son soutien marketing pour promouvoir l'événement et réalisé un supplément Paris de 24 pages (diffusé aux 16 000 abonnés du magazine). Cette opération sera renouvelée en 2007. Elle s'inscrit dans une stratégie renforcée de prospection et de fidélisation du marché britannique et sera suivie d'une série de trois sales calls tout au long de l'année.

* *Les partenaires parisiens de l'opération : Allied Travel France, Coast organisation, France Connection, Spectra Continental France, Liberty Incentives & Congresses, La Fayette Travel, Concorde hotels & Resort, Hôtels Hilton, Hôtels Sofitel, Les Jardins du Marais, Paris Rive Gauche Hotel & Conference Center, Les Rives d' Enghien, Royal Monceau, Starwood Hotels, Radisson SAS Hotels and Resorts, Leading Venues, Paris Expo, Disneyland® Resort Paris-Business Solutions, Dalloyau, Potel et Chabot, Galeries Lafayette, Chabé Limousine, Yachts de Paris, musée d' Orsay, Toit de la Grande Arche.*

Département des professionnels parisiens, des actions, des résultats

■ Spécial adhérents : barèmes 2007 et harmonisation des procédures

Dès le premier trimestre 2007, l'Office enverra un appel de cotisation selon une procédure simplifiée, avec les barèmes 2007.

► **Nouveaux barèmes.** Les cotisations 2007 ont été votées lors du Conseil d'administration du 5 décembre 2006. En raison du lancement du nouveau guide *Paris Gourmand* (nouveau partenaire, changement de maquette, extension aux boutiques savoureuses, marchés, écoles de langues, traiteurs, les centrales de restauration, etc.), celles des restaurants augmentent de 30 €. Afin d'approcher un montant moyen identique pour tous les hôtels, les chaînes hôtelières de plus de 50 établissements voient leur cotisation croître de 20 %. Cette augmentation concerne aussi les grands magasins. Une augmentation de 5 % est appliquée à l'ensemble des autres activités.

► **Rationalisation des procédures.** Au premier trimestre 2007, tous les adhérents (inscrits aux Comités 2007 via la Direction marketing loisirs, membres du Bureau des Congrès 2006 ou déjà destinataires d'une facture «règlement à réception» en 2006) recevront l'appel de cotisation 2007 et la facture correspondante. Dans tous les cas, une facture acquittée est envoyée dès règlement et tous les adhérents peuvent demander une facture «règlement à réception» auprès de la Direction financière. Chaque adhérent est donc pourvu d'un «contact technique» (Département des professionnels parisiens) et d'un «contact comptable» (Direction financière).

L'extranet professionnel a trouvé son public

Mis en ligne à la fin octobre 2005, l'extranet professionnel <http://professionnels.parisinfo.com> a vu sa fréquentation croître jusqu'à atteindre plus de 6 300 visiteurs en décembre 2006 (+ 62 % par rapport à janvier). Le nombre de pages vues par mois est en moyenne de 8 800. Signe qu'il s'est imposé comme moyen de communication, l'extranet a connu des pics à 15 000 pages par mois, lorsque le Département des professionnels parisiens a sollicité ses adhérents (en mai, inscription pour participer à l'opération de promotion estivale et diffuser les éditions de l'Office ; en octobre, inscription aux opérations thématiques et aux éducteurs). Tout au long de l'année écoulée, les statistiques mensuelles ont montré que le public professionnel de l'extranet est plus fidèle et davantage en attente d'informations que le grand public.

■ Bilan des éducteurs et des conférences

► **Cabaret.** Le 2 novembre dernier, 240 professionnels adhérents ont été conviés par l'Office et le producteur Stage Entertainment France à l'une des toutes premières représentations de la célèbre comédie musicale «Cabaret», au théâtre des Folies Bergère. Mis en scène par Sam Mendes sur une chorégraphie Rob Marshall, le spectacle, adapté et interprété en français, a été plébiscité.

► **L'Office joue son rôle pédagogique.** Les 5 et 9 novembre, dans le cadre des conférences du salon Equip'hôtel, à la demande de l'Institut Supérieur des Métiers, centre de ressources sur l'artisanat et la petite entreprise, la responsable du Département des professionnels parisiens est intervenue pour informer les porteurs de projets du secteur hôtellerie restauration sur les aides publiques, notamment en Île-de-France. Les adhérents peuvent retrouver les informations sur les aides régionales (concernant la petite hôtellerie indépendante et familiale ou l'amélioration de l'accessibilité des personnes aux sites et produits touristiques) en consultant l'extranet professionnel : <http://pro.parisinfo.com>, rubrique «nos dossiers».

■ Bilan du Forum des loisirs culturels 2006

Les 76 sites culturels majeurs de Paris et d'Île-de-France réunis lors du 4^e Forum des loisirs culturels, au Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la Ville de Paris, ont reçu 850 visiteurs-prescripteurs, collectivités, professionnels du tourisme et presse (+30 % par rapport à 2005).

L'Office et le Comité Régional du Tourisme Paris-Île-de-France, membres du Bureau du Forum avec Monum et le musée d'Orsay, coordonnent cette manifestation depuis sa première édition. À ce titre, l'Office contribue au choix des nouveaux exposants, réalise et prend en charge la totalité des impressions de documents (dossiers visiteurs, courriers et cartons d'invitation, communiqué de presse, signalétique), rédige le communiqué de presse, communique via son extranet professionnel <http://pro.parisinfo.com> et la presse touristique, et s'implique dans la logistique et dans le bilan de la manifestation.

L'Office Des chiffres, des tendances

■ Accueil : un bilan très positif

Le 21 novembre dernier, les agents d'accueil étaient conviés à une réunion « bilan et perspectives », conduite par Jean-Claude Lesourd, Président de l'Office, et Paul Roll, Directeur général. Il s'agissait de mesurer le chemin parcouru entre 2001 et 2006 et de poser les jalons de nouveaux défis.

► **Les bureaux d'accueil.** En 2001, l'Office possédait un point d'accueil central sur les Champs-Élysées. En 2006, il a essaimé des bureaux d'accueil sur les points de passage obligés des visiteurs (5 points d'accueil pérennes fin 2006, 6 à l'été 2007, ouverture du point d'accueil central de l'avenue des Pyramides en 2004).

En 2001 a été lancée, à l'initiative de l'Adjoint au Maire chargé du tourisme, Jean-Bernard Bros, l'opération saisonnière les Ambassadeurs de l'accueil. Elle s'étoffe avec les années (6 points à l'été 2006), et sert de test grandeur réelle à la pérennisation de certains points (Anvers) ou à leur ouverture étendue (Clemenceau, bientôt Notre-Dame).

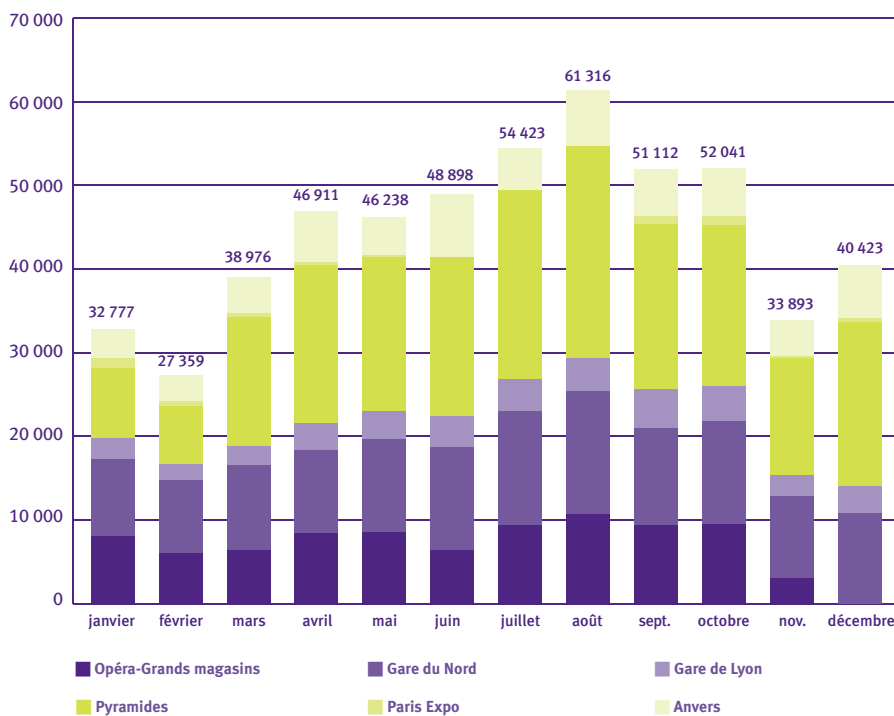
► **Une organisation repensée.** Les horaires d'ouverture ont été revus en fonction de la fréquentation saisonnière et le personnel, formé aux techniques de vente, assure des services plus nombreux.

► **Plus de fonctionnalité.** FastBooking a été mis en place en 2004 et doublé d'un intranet-ventes avec différents partenaires (premiers pas, en 2006, avec Cityrama ; à venir, en 2007, Bateaux Parisiens, Paris Vision, Moulin Rouge, etc.).

► **Le central téléphonique a été repensé.** Dès la fin de 2005, le visiteur entre en contact direct avec un agent.

► **Enquêtes qualités satisfaisantes.** Depuis 2002, les services offerts dans les bureaux de l'Office sont évalués par DMS avec un indice de satisfaction voisin de 80 %. D'après une enquête menée par l'Office auprès de ses visiteurs, il ressort que ces derniers localisent facilement ses bureaux (75 %) et sont satisfaits ou très satisfaits de la qualité de leurs entretiens avec les agents d'accueil (99 %). Leur motivation principale est d'abord la demande d'informations (72 %), mais pour

Fréquentation des points d'accueil de l'Office en 2006



Tous bureaux confondus, avec **534 366 visiteurs**, la fréquentation a augmenté de 6 % par rapport à 2005.

28 %, la démarche est liée à la réservation ou à l'achat de produits. Conseillés par les agents d'accueil formés aux techniques de vente, 33 % des visiteurs se transforment en clients.

► **L'accueil dans les bureaux représente 10 % des contacts.** Le service courrier et le serveur vocal (à peine 1 % des contacts à eux deux) accusent une baisse très nette en faveur de l'Internet, première source d'information des visiteurs (89 %).

► **729 000 visiteurs sur les points d'accueil pérennes et ceux des Ambassadeurs de l'accueil en 2006, +9,3 % par rapport à 2005.** Si l'on tient compte du fait que le bureau des Champs-Élysées (fermé en 2004) drainait une clientèle de passage, la fréquentation des bureaux se rapproche de celle de 2002. L'opération des Ambassadeurs de l'accueil évolue à une vitesse exponentielle : sa fréquentation (194 000 visiteurs en 2006) a augmenté de 147 % depuis 2002.

► **38 agents d'accueil en 2002, 26 en 2006.** L'effectif a diminué (grâce notamment à des promotions internes), sans affecter la multiplication des services, grâce à une rationalisation des méthodes de travail et à l'implication d'un personnel très motivé et polyvalent.

■ 0 892 68 3000 (0,34 €/min)

53 088 appels ont été servis entre janvier et décembre 2006 (contre 46 624 entre janvier et décembre 2005), ce qui représente une augmentation de **13 %**.

■ Réservations hôtelières

Entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2006, 22 834 réservations hôtelières ont été effectuées via le système FastBooking. Ce total inclut les réservations effectuées par les agents d'accueil de l'Office (6 159 réservations en 2006, contre 5 990 sur la même période en 2005) et les réservations en ligne sur www.parisinfo.com. Le nombre de réservations hôtelières a augmenté de 27 % en un an (18 019 en 2005).