

TOUT SUR PARIS

L'Observatoire économique du tourisme parisien communique p 2
Fréquentation au 1^{er} semestre •
Fréquentation culturelle 2009

L'actualité du secteur p 2

Bilan positif pour Paris plages •
L'offre des palaces s'enrichit

TOUT SUR L'OFFICE

Les opérations d'accueil et d'image p 3

Participez à « Soldes by Paris »
et « Paris romantique » 2011

Marketing loisirs et affaires, promouvoir Paris p 4

Accueil des sponsors du congrès ESC 2011 • Congrès de l'Alzheimer Association 2011 • Reprise de l'activité tourisme d'affaires au 1^{er} semestre • Réunion Multicomité • Actions sur le marché britannique • Déjeuner sur l'herbe à Madrid • Rencontres pro à Lyon

L'Office, plate-forme d'échange pour ses adhérents p 5

Réunion des nouveaux adhérents • Forum des loisirs culturels 2010 • ductours • Tables rondes pour les plans d'action • Bilan adhésions et dossiers de subvention • Paris se visite • Agendas octobre-décembre

Paris, destination durable p 7

Dossier web en anglais

La vie du web p 7

Arrivée de Claire Chicoine • Dossiers thématiques • Dossier handicap en anglais • Baromètre Etour • Boutique en ligne • Fréquentation

Accueil et information p 8

Fréquentation des bureaux • Nouveaux produits vendus • Point Ambassadeurs de l'accueil 2010

Paris tourisme infos

Directeur de la publication : Paul Roll

Rédacteur en chef : Marie-Christine Rabot

Coordination : Aude Maireau

Mise en page : OTCP

Révision : Caroline Hilaire

parisinfo.com

Éditorial

2010 s'achèvera sur une note positive



© OTCP / Marc Bertrand

Paris envisage la fin de l'année 2010 avec une augmentation de sa fréquentation globale frôlant 6 % par rapport à 2009. Avec un nombre de nuitées hôtelières proche de 36 millions, 2010 devrait donc s'approcher du niveau de 2007 et se situer parmi les bons crus.

Plusieurs surprises positives sont au rendez-vous : la part des arrivées hôtelières françaises va *crescendo*, passant de 37 % en 1995 à 45 %

en 2009. Autre constat : les visiteurs issus des pays dits émergents, qui ne figurent pas dans le *top ten* des destinations étrangères pour Paris, voient leur fréquentation progresser. Leur structuration, leur mode de vie et leurs habitudes de consommation sont pour les professionnels du tourisme parisiens un véritable défi, notamment quant à l'adaptation de l'accueil. Mais ils sont les marchés de demain, entre autres la Chine et les pays d'Asie du Sud-Est, l'Inde, la Russie et les pays de l'Est de l'Europe, le Brésil et le Mexique, sans oublier les Proche- et Moyen-Orient (hors période de ramadan).

Sur les six premiers mois de 2010, la fréquentation globale retrouve de bons niveaux, alors même que nos tout premiers visiteurs étrangers – Américains, Britanniques et Japonais – ne nous sont pas pleinement revenus. Par rapport aux années qui marquèrent le point culminant de leur présence à Paris, tous ont une marge de progression. Pour les Américains, elle est de 900 000 arrivées comparée à l'année 2000, de 400 000 arrivées par rapport à leur pic de 2002 pour les Britanniques. Et, pour les Japonais, 6^e du *top ten* actuel, elle est de 600 000 comparée à 1992, où ils figuraient alors en toute première place des nationalités étrangères. Parallèlement, les destinations de proximité ont déjà amorcé un redémarrage, à l'exception de la Grande-Bretagne, pénalisée par la crise et l'affaiblissement de la livre par rapport aux autres monnaies.

Ainsi, sous réserve d'une stabilité du contexte économique et géopolitique, 2011 s'annonce sous de bons auspices. Les premières nationalités étrangères pour Paris retrouvent peu à peu leur vitalité, notamment à travers la parité de leur monnaie par rapport à l'euro ; les Français progressent par paliers réguliers ; les Européens reprennent le chemin de la capitale et les pays émergents dopent la fréquentation.

■ Fréquentation touristique au 1^{er} semestre : 2010 annonce la reprise

À la fin de la saison estivale, l'Office a présenté à la presse puis à ses adhérents (180 professionnels présents) le bilan de fréquentation du 1^{er} semestre dans la capitale. Résultats : sur les six premiers mois de 2010, Paris renoue avec les excellents niveaux de fréquentation touristique d'avant la crise. Un retour des visiteurs et une hausse du RevPar (revenu par chambre) ont été observés dès le début du 1^{er} semestre. Entre janvier et juin 2010, les nuitées hôtelières ont augmenté de 7,3 % par rapport à 2009. Le taux d'occupation moyen enregistré est de 77,8 % (+ 3,7 points sur 2009), le prix moyen de 145,10 € (+ 2,8 %) et le RevPar de 112,90 € (+ 8 %). Les prix ont marqué une hausse de 2,8 %. La reprise du tourisme d'affaires contribue à cette croissance, avec 8,3 millions de nuitées entre janvier et juin 2010 (+ 12 % sur la même période en 2009).

Ce sont principalement les visiteurs français et les touristes venus des marchés émergents – à fort pouvoir d'achat – qui

soutiennent cette croissance. Les premiers sont plus assidus d'année en année (37 % des arrivées en 1995, 45 % en 2009). Leurs nuitées hôtelières ont fait un bond de + 13,4 % par rapport à 2009 pour atteindre le volume, encore inégalé sur cette période, de 6,8 millions de nuitées. Les seconds ont dopé la fréquentation du 1^{er} semestre 2010. Leur poids dans le tourisme parisien est passé de 21 % en 2000 à 27 % en 2009. Parmi eux, les touristes en provenance de Chine (+ 33,6 % de nuitées chinoises sur les six premiers mois de 2010) et des pays d'Asie du Sud-Est, d'Inde, de Russie et des pays de l'Europe de l'Est, du Brésil et du Mexique. Sans oublier les visiteurs issus des pays du Proche- et Moyen-Orient, dont les nuitées ont progressé de 29,8 % au premier semestre 2010, ni ceux des pays d'Afrique (+ 29,8 %).

Sur les marchés long-courriers « traditionnels », la reprise amorcée dès le dernier trimestre 2009 pour les Japonais s'est confirmée en 2010 avec des nuitées en augmentation de 9,2 % sur les six premiers mois de 2010. Si le marché américain est en baisse de 3,4 %, les visiteurs d'outre-Atlantique devraient cependant revenir grâce à la baisse de la parité euro-dollar.

Quant aux pays limitrophes européens, ils figurent toujours parmi les principaux marchés, mais la reprise se fait timide pour la plupart d'entre eux. La croissance n'est pas au rendez-vous pour le Royaume-Uni (- 10,9 %), doublement pénalisé par la crise et l'affaiblissement de la livre par rapport aux autres monnaies, dont l'euro. En revanche, la fréquentation allemande

se maintient et la fréquentation belge augmente.

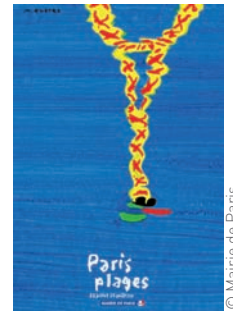
Au vu des résultats du 1^{er} semestre, 2010 devrait être une très bonne année pour le tourisme parisien. On estime que la fréquentation globale progressera d'environ 6 %. Le nombre des nuitées atteindrait alors 36 millions, comme en 2007.

→ Téléchargez la présentation du bilan sur le site professionnel à partir de la rubrique « Bilans, comptes-rendus, rapports de missions ».

L'ACTUALITÉ DU SECTEUR

■ Bilan positif pour Paris plages

La 9^e édition de Paris plages s'est achevée le 20 août sur un nouveau succès : les animations sportives proposées (danses de salon, kayak...) ont réuni plus de 200 000 visiteurs, et les concerts organisés sur le parvis de l'Hôtel de Ville ont rassemblé entre 5 000 et 10 000 amoureux de musique.



© Mairie de Paris

■ L'offre des palaces parisiens s'enrichit

Dense actualité pour les hôtels de luxe parisiens : trois nouveaux établissements se positionnant d'ores et déjà comme des palaces feront bientôt leur entrée dans le cercle prestigieux des hôtels parisiens très haut de gamme. Le Royal Monceau (150 chambres, ouverture à l'automne 2010), le Shangri-La (101 chambres, ouverture prévue en décembre 2010) et le Mandarin oriental (150 chambres, ouverture prévue en 2011) représenteront ainsi 0,5 % de l'offre hôtelière parisienne en nombre de chambres. Ils s'ajouteront aux sept palaces (Le Bristol, Fouquet's Barrière, Four Seasons George V, Hôtel de Crillon, Le Meurice, Plaza Athénée et Ritz), qui cumulent déjà 1 025 chambres, soit 1,3 % du parc hôtelier parisien. Six d'entre eux (manque l'Hôtel de Crillon) sont classés 5 étoiles selon les nouvelles normes de classification hôtelière mises en œuvre au second semestre 2009. Cette augmentation du nombre d'hôtels de prestige à Paris ne devrait pas s'arrêter en si bon chemin, puisque l'ouverture du Peninsula Paris, avec 200 chambres, est prévue en 2012 dans le 16^e arrondissement.

La fréquentation culturelle reste stable à Paris

La fréquentation culturelle à Paris s'est maintenue en 2009. C'est ce que révèle l'enquête annuelle de l'Office, qui a permis de recueillir les résultats de 49 musées et monuments parisiens. Leur nombre de visiteurs n'a varié que de - 0,1 % pour se fixer à 53,5 millions. Le classement des dix sites les plus fréquentés est presque identique à celui de 2008. Le Centre Pompidou gagne cependant deux places pour arriver au 5^e rang (3,5 millions de visiteurs), tandis que la Cité des sciences en perd une et se place ainsi au 6^e rang (3,1 millions d'entrées). Malgré de légères baisses de leur nombre d'entrées, le musée du Louvre (8,4 millions, - 0,4 %) et la tour Eiffel (6,6 millions, - 4,7 %) restent, tout comme les années précédentes, les deux sites payants les plus visités de la capitale.



Les expositions temporaires, indéniables facteurs de stimulation de la fréquentation des sites, ont elles aussi enregistré de bons résultats, avec 15 millions de visites pour les 89 expositions étudiées par l'Office. Trois des expositions organisées au centre Pompidou, « Kandinsky » (703 000 visiteurs), « Soulages » (502 000 visiteurs) et « Alexander Calder. Les années parisiennes, 1926-1933 » (473 800 visiteurs), figurent parmi les 6 premières du classement. La palme

revient à l'exposition « Picasso et les maîtres », qui s'est tenue aux Galeries nationales du Grand Palais, avec 783 300 entrées.

LES OPÉRATIONS D'ACCUEIL ET D'IMAGE

■ Participez à « Soldes by Paris » et « Paris romantique » !

Les deux opérations phares de promotion de la capitale, destinées à stimuler la fréquentation touristique en période de basse saison, seront de retour en 2011. « Soldes by Paris », organisée par l'Office et soutenue par la Ville de Paris, la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, ATOUT FRANCE et le partenaire officiel Mastercard, se déroulera à l'occasion des soldes d'hiver. Au programme : 7 parcours shopping thématiques renouvelés (Les Sélects, Les Trendys, Les Créatifs, Les Bobos chics, Les Ethic Ethnic, Les Astucieux et le parcours de l'Ambassadrice 2011), l'édition 2011 du guide *Paris Shopping Book*, le site shoppingbyparis.com, des animations proposées par les commerçants... L'événement « Paris romantique » charmera, quant à lui, les amoureux de passage à Paris en février avec des parcours, des cadeaux et des animations.

À l'occasion de ces deux événements, les adhérents de l'Office sont invités à proposer des offres spécifiques (réductions, gestes d'accueil...) pour attirer les visiteurs français et étrangers tout en valorisant leur activité. Les professionnels n'ayant pas encore enregistré leur participation peuvent le faire jusqu'au 6 octobre 2010. Plus d'une centaine de propositions ont déjà été recueillies pour chaque opération et sont à retrouver sur pro.parisinfo.com.

Ces offres seront largement mises en avant dans les supports de communication. Les dossiers de presse présenteront une sélection de 40 propositions, choisies parmi les plus séduisantes et les plus susceptibles d'être reprises dans les médias.

Les sites web qui assurent la promotion des événements, shoppingbyparis.com pour « Soldes by Paris » et parisinfo.com pour « Paris romantique », disponibles en français, anglais, allemand et espagnol, seront une vitrine pour l'ensemble des offres. Nouveauté de taille cette année : un système de *push* commerciaux sera mis en place sur shoppingbyparis.com. Des bannières animées valoriseront ainsi l'offre de l'adhérent sur la page du parcours shopping thématique où elle se trouve.

Les adhérents ayant déjà transmis leur offre lors de la première vague de récolte les retrouveront en ligne sur shoppingbyparis.com dès le 1^{er} octobre, dans la rubrique « Bons plans ». Les offres arrivées dans un second temps seront visibles



sur le site à partir du 1^{er} novembre. Pour « Paris romantique », les propositions des adhérents seront visibles dès mi-janvier.

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

MARKETING LOISIRS ET AFFAIRES, PROMOUVOIR PARIS

■ L'actualité du segment congrès

→ Avant-goût de Paris pour les représentants et sponsors du congrès de l'ESC

Le Bureau des Congrès et ses partenaires adhérents ont accueilli à Paris, les 20 et 21 juillet dernier, les représentants et principaux sponsors du congrès de l'European Society of Cardiology (ESC), qui se déroulera à Paris Nord Villepinte fin août 2011. Organisée par le Bureau des Congrès, la première soirée a donné aux sponsors un aperçu des charmes de la capitale : une

traversée de Paris dans un bus de 1936, mis spécialement à disposition par la RATP, a précédé la découverte du « 24 place des Vosges », lieu événementiel de prestige situé au cœur du Marais. Après un apéritif dans les caves voûtées du XVII^e siècle, durant lequel la maison Lenôtre, qui gère le lieu, a présenté ses services, les invités se sont dirigés au 1^{er} étage, où le propriétaire de l'hôtel particulier les a accueillis en brossant un vivant historique du site. C'est dans une ambiance conviviale et un décor « tendance », enrichi de pièces archéologiques, que chacun a pu déguster le buffet dînatoire servi par Guy Krenzer, chef des créations Lenôtre, meilleur ouvrier de France, et apprécier l'animation d'Olivier Poussier, plus grand sommelier du monde 2000. Le lendemain, une journée de travail condensée a permis de découvrir le site de Paris Nord Villepinte et d'aborder notamment les questions liées au transport et à l'hébergement durant le congrès. Pour cet accueil, l'Office a réalisé une brochure présentant une sélection d'adhérents et mettant en avant l'offre diversifiée et structurée qui caractérise la destination. Cette démarche pourra être reconduite lors de la venue d'autres associations.

À la fin de l'été, l'Office a représenté Paris lors du congrès 2010 de l'ESC, qui se déroulait à Stockholm ; une nouvelle occasion de mettre en avant les adhérents « tourisme d'affaires » auprès des quelque 30 000 congressistes.



Alzheimer Association : Paris prépare le congrès 2011

En mars dernier, l'Alzheimer Association, association internationale basée à Chicago, a choisi Paris pour organiser son prochain congrès annuel, l'International Conference on Alzheimer Disease (ICAD). En 2011, plus de 5 000 participants seront ainsi accueillis dans la capitale. Cette décision consacre l'intense mobilisation de l'association France Alzheimer, de Viparis et du Bureau des Congrès autour du dossier de candidature de Paris, réalisé sur mesure pour cet événement à haute valeur scientifique.

Contractuellement, l'Office s'était engagé auprès de l'Alzheimer Association à animer un stand de promotion Paris lors de l'édition 2010 de l'ICAD, qui se tenait à Honolulu du 10 au 15 juillet. Cette démarche permet de créer l'« envie » de venir à Paris chez les congressistes pour l'année suivante. Plus d'un millier de brochures et autant de réponses données aux visiteurs du stand ont permis de constater l'enthousiasme des délégués à l'annonce de la destination Paris et de vérifier l'attractivité de la capitale.

Cette implication particulière de l'Office répond à l'exigence croissante des grandes associations internationales en termes d'investissement des villes et des acteurs concernés, face à une concurrence acharnée. Le plan gouvernemental Alzheimer 2007-2012, qui marque l'engagement de la France dans la lutte contre cette maladie, et l'invitation à déjeuner à l'Élysée adressée au jury lors de la compétition ont permis à la capitale de se positionner rapidement comme destination favorite. Un fait qui révèle que l'implication des politiques, notamment lorsqu'il y a concordance entre le domaine de leur engagement et la cause défendue par l'association, devient un élément différenciant et déterminant pour remporter l'organisation de grands congrès.

Reprise de l'activité pour le tourisme d'affaires

Le premier semestre 2010 s'est révélé encourageant pour le segment événement d'entreprise. Le Bureau des Congrès de Paris a observé une nette progression des demandes d'assistance pour l'organisation d'événements : + 32 % (86 supplémentaires) par rapport à 2009 et + 20 % (50 demandes supplémentaires) par rapport à 2008.

Tous les indicateurs sont à la hausse, avec de remarquables progressions pour les marchés allemand (+ 60 %, soit 21 demandes), français (+ 40 %, soit 44 demandes), néerlandais (+ 67 %, soit 10 demandes) et britannique (+ 32 %, soit 10 demandes). Sont également à la hausse, bien que dans une moindre mesure, les marchés belge, russe et suisse.

Le site convention.parisinfo.com semble avoir trouvé son public : représentant 22 % des demandes entrantes, il est de plus en plus privilégié par les professionnels pour contacter l'Office. 21 % des demandes proviennent des clients fidèles de l'Office, tandis que 18 % d'entre elles sont liées aux contacts pris lors des opérations de promotion. Près de 12 % des demandes sont transmises par les bureaux d'Atout France, les plus importants contributeurs étant Atout France Allemagne, Italie, Belgique et Scandinavie. Le profil des clients se répartit entre 70 % d'agences et 30 % d'entreprises. La taille des groupes reste identique à celle des années précédentes, avec une moyenne de 150 à 250 personnes. Cependant, les événements de plus de 1 000 personnes enregistrent une légère hausse, notamment grâce à un événement d'envergure qui rassemblera 2 000 assureurs indonésiens à Paris en 2011.



■ Une réunion Multicomité sous le signe de la nouveauté

Les partenaires des six Comités (Brésil, Chine, Corée, Inde, Japon, Russie) ont été invités par l'Office à se rassembler le 29 juin dernier lors de la traditionnelle réunion annuelle Multicomité. Cette rencontre offre l'opportunité de dresser un bilan complet des actions du premier semestre mais aussi d'échanger sur les stratégies marketing planifiées pour l'année à venir. Ces concertations ont abouti à des décisions essentielles pour l'évolution de la démarche Comité.

Les actions déjà en place sur les six marchés ciblés seront encore affinées. Elles permettront de mieux cerner l'évolution de ces pays, qui, à l'horizon 2020, figureront parmi les tout premiers émetteurs de touristes pour Paris.

L'année prochaine connaîtra également une grande nouveauté avec la création d'un Comité dédié aux États-Unis. Une initiative en réponse à l'intérêt des partenaires pour ce marché important, qui bénéficiera ainsi d'une démarche en continu sur l'année, similaire à celle mise en œuvre dans le cadre des autres Comités.

En complément, l'Office proposera une ouverture vers d'autres marchés afin d'en comprendre les attentes et de favoriser

l'accueil de nouvelles clientèles. Ont été identifiés :

- le Moyen-Orient, dont la fréquentation des visiteurs enregistre une forte hausse (+ 30 % entre janvier et mai 2010) ;
- le Vietnam et la Thaïlande, qui bénéficient d'une capacité aérienne supplémentaire en raison de l'augmentation des flux de clientèles vers Paris ;
- la Pologne, devenu un marché phare de l'Europe de l'Est ;
- le Mexique, qui devrait connaître un fort développement économique.

Parallèlement, l'Office se fixe pour objectifs d'améliorer encore la qualification de ses fichiers de données sur les tour-opérateurs majeurs, d'adapter ses outils de promotion à sa stratégie globale et de poursuivre l'organisation d'accueils de presse et d'éducateurs. Il continuera de fédérer les partenaires autour des plans d'action par marché mis en œuvre à Paris et à l'étranger, avec la collaboration des bureaux d'Atout France. Les partenaires identifiés pour participer au(x) Comité(s) ont jusqu'au vendredi 1^{er} octobre 2010 pour renvoyer le dossier d'inscription.

→ Pour toute information sur les plans d'action 2011, contactez les responsables de marché au service Marketing Loisirs au 01 49 52 42 60 ou 01 49 52 53 09.

■ Loisirs et affaires, des opérations sur mesure

Focus : des actions en synergie sur le marché britannique

L'Office réaffirme plus que jamais sa volonté de maintenir une présence forte sur le marché du tourisme d'affaires britannique.

Dans un contexte encourageant, marqué notamment par le redressement du cours de la livre et l'augmentation des demandes clients, le Bureau des Congrès a multiplié les opérations ciblées. Parmi le panel d'actions mises en œuvre figurent les démarchages : organisés depuis plus de trois ans dans les principales villes britanniques, ils permettent de nouer des contacts avec les interlocuteurs clés et de générer des retombées pour la destination. Exemples : une demande pour un événement de 3 000 personnes, qui se tiendra à Disneyland Paris en octobre 2010, a fait suite au démarchage mené auprès de l'agence Zibrant en juin, tandis qu'un autre démarchage a débouché sur une convention internationale pour Land Rover, accueillant 1 700 personnes en septembre. Le prochain démarchage est prévu en octobre.

Autre carte stratégique : les éducteurs. Les équipes des agences Grass Roots HBI puis P&MM Travel ont été accueillies au 1^{er} semestre, en partenariat avec Viparis et le réceptif Liberty Incentives & Congresses. Un programme attractif sur mesure avait été concocté pour inciter les hôtes à retenir Paris pour l'organisation de leur événement. Côté relations presse, des échanges soutenus d'information avec les médias et plusieurs accueils de journalistes ont incité les principaux supports du secteur à mettre en avant la destination. Preuve en est la publication d'un article dans le magazine *M&IT* en mai dernier, ou la brochure de 24 pages sur Paris, qui sera diffusée avec le magazine *C&IT* lors du prochain salon EIBTM. Début septembre, un nouvel accueil presse a été programmé.

L'approche du marché passe enfin par la veille attentive de ses évolutions et par la mise à jour des informations essentielles pour les adhérents. En avril, une réunion de présentation a donné l'opportunité à cinquante d'entre eux de se pencher sur l'importance croissante des médias sociaux dans la relation avec les clients britanniques. La fin d'année 2010 et l'année 2011 verront la naissance de nouvelles opérations.



© Atout France

→ Déjeuner sur l'herbe en Espagne pour les clients affaires

Dans le cadre de sa stratégie sur le segment congrès, l'Office fait partie du Club affaires d'Atout France, qui dispose d'un représentant dédié sur le marché affaires dans six pays prioritaires pour la France : Allemagne, Belgique, Espagne, États-Unis, Italie et Royaume-Uni. À ce titre, le Bureau des Congrès a participé en juin dernier à « un picnic à la Francesa », action de promotion organisée par le bureau espagnol d'Atout France.

L'originalité était de mise pour lutter contre la morosité liée à la crise, particulièrement présente en Espagne. Le bureau Atout France a envoyé à une centaine de prescripteurs affaires madrilènes une invitation imitant une ancienne coupure d'un quotidien français, les conviant à se rendre au pied du téléphérique situé au cœur de Madrid, à 13 h le 1^{er} juin 2010, sans autre précision. Intrigués par cette mystérieuse invitation, 11 partenaires et 30 clients (agences spécialisées, entreprises et presse) se sont rendus sur place, pour être emmenés par le téléphérique vers un surprenant déjeuner sur l'herbe, reconstitué dans l'ambiance typique d'un pique-nique à la française du début du XX^e siècle. Nappes à carreaux rouges et blancs, gastronomie et vins français, accordéons, canotiers et animation photographiques d'époque concouraient à rendre le cadre plus vrai que nature.

Le Bureau des Congrès a pu profiter de ce workshop inversé original pour présenter les nouveautés parisiennes auprès des clients potentiels. Plusieurs retombées presse ont suivi l'opération, laissant présager le retour de belles demandes pour la destination.

→ Les Rencontres pro de Lyon : cibler le marché français

Pour la deuxième année, l'Office a participé aux Rencontres pro de Lyon, carrefour d'échanges professionnels entre acheteurs, organisateurs d'événements et lieux événementiels, hôtels, agences réceptives..., qui se sont déroulées les 3 et 4 juin.

Le Bureau des Congrès continue ainsi ses actions de promotion sur le marché français, et plus particulièrement sur la cible entreprise. Une stratégie adaptée à l'augmentation de 30 à 35 % des demandes émanant du marché domestique reçues au premier semestre.

À l'occasion de la manifestation, l'Office a identifié une cible d'annonceurs qualifiés, ayant des besoins réguliers en termes de séminaires, d'événements clients..., et mis en avant ses services et outils, favorisant ainsi de nouvelles opportunités commerciales pour les adhérents. Les demandes, nombreuses, portaient entre autres sur les salles de réunion atypiques et les lieux événementiels pour de grandes manifestations professionnelles, telles les Rencontres ressources humaines.

Si la crise s'éloigne, les entreprises continuent de veiller à réduire les coûts, notamment en confiant l'activité séminaire aux services Achat. Attentif à ce phénomène, l'Office maintiendra ses efforts sur le segment.

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

■ Les nouveaux adhérents ont rendez-vous avec l'Office

Mardi 26 octobre se tiendra la soirée des nouveaux adhérents. Les équipes de l'Office seront heureuses d'accueillir ces derniers lors d'une soirée qui permettra de faire connaissance et facilitera les échanges entre professionnels. La soirée se déroulera à partir de 18 h 30, au bureau central de l'Office (25, rue des Pyramides).

→ Pour participer, inscrivez-vous sur l'Agenda du site <http://pro.parisinfo.com>.

■ Les sites s'exposent au Forum des loisirs culturels 2010

Le Forum des loisirs culturels 2010 se tiendra lundi 15 novembre de 10 h à 18 h, dans le cadre prestigieux du château de Versailles.

Cette journée exceptionnelle offrira l'opportunité aux collectivités, aux comités d'entreprise, aux associations et à la presse, de puiser dans les temps forts de l'agenda 2010-2012 des quelque 115 sites représentés. Organisé par l'Office en partenariat avec le Comité régional du tourisme Paris-Île-de-France, l'événement permet également aux adhérents qui y participent de donner la plus grande visibilité possible à leur programmation.

→ Inscrivez-vous sur l'Agenda du site <http://pro.parisinfo.com>.

■ Côté éductours

Les adhérents ont pu découvrir différents lieux dans le cadre des éductours organisés par l'Office.

Les 22 et 29 juillet, une soixantaine de professionnels ont suivi une visite des salons de l'Hôtel de Ville commentée avec humour et passion par Mme Bennett, responsable des visites des salons de l'Hôtel de Ville. Soixante participants ont également assisté le 26 août à l'éductour sur l'énigme des passages couverts organisé avec la société Visite spectacle. Jean-Jacques de la Tour les a invités à le suivre dans son enquête



Des tables rondes pour construire les plans d'action

Le 23 septembre prochain, le Bureau des Congrès réunira quelques-uns de ses adhérents les plus actifs lors de tables rondes sur les plans d'action 2011.

L'exercice se démarque par son aspect novateur : se déroulant en amont de la traditionnelle plénière de décembre, il offrira l'opportunité de discuter des différentes missions envisagées pour valoriser Paris et les adhérents du Bureau des Congrès sur les marchés cibles. La présentation du plan stratégique de promotion de la destination, qui suivra l'annonce des résultats du premier semestre 2010, sera l'occasion de premiers échanges. L'Office proposera ensuite des thèmes de travail autour des opérations 2011, sur lesquels les adhérents se pencheront en sous-commission. Cette demi-journée interactive a pour objectif de permettre à tous d'exprimer ses attentes sur les orientations du Bureau des Congrès pour les prochaines années. À partir des actions concrètes et des budgets estimés qui seront présentés, chaque adhérent pourra nourrir ses réflexions sur son propre plan d'action commerciale.

Dans son rôle d'association, l'Office s'attache à travailler main dans la main avec ses adhérents.

Le Bureau des Congrès choisit donc de créer un espace d'échange pour discuter ouvertement des affectations et des priorités budgétaires. L'occasion de renforcer le travail d'équipe et de présenter plus que jamais une destination unie et active face à une forte concurrence. Compte tenu du format de cet événement très interactif, les invitations ont été ciblées afin de représenter les différents profils des adhérents.

→ Pour plus d'informations, contactez Francine Veillon - veillon@parisinfo.com.

sur l'assassinat jusqu'ici jamais élucidé de Nathaniel de Cantausse, dont il écrit la biographie. Les adhérents ont découvert les éléments venant éclairer sous un jour nouveau ce crime mystérieux, en partant à la recherche des pièces à conviction... provenant toutes de boutiques des passages empruntés.

Un éductour sur l'exposition « Science et science-fiction » à la Cité des sciences et de l'industrie sera organisé en novembre prochain.

→ Retrouvez l'agenda des manifestations destinées aux adhérents et inscrivez-vous sur <http://pro.parisinfo.com>.

Bilan des adhésions

À la clôture des cotisations 2010, l'Office comptait 2 083 adhérents (chiffre stable par rapport à l'année précédente), dont 134 nouveaux, répartis de la façon suivante :

- Hébergements : 1 290 (dont 178 adhérents « tourisme d'affaires »)
 - Restaurants : 268 (dont 83 adhérents « tourisme d'affaires »)
 - Divers : 525 (dont 221 adhérents « tourisme d'affaires »)
- Soit 1 601 adhérents sur le segment tourisme de loisirs et 482 adhérents « tourisme d'affaires ».

Bilan des dossiers de subventions

En 2010, le département des Professionnels parisiens a traité 27 dossiers de demandes de subventions régionales, hébergement et accessibilité, représentant un montant de 1 006 053 €.

L'Office attend maintenant de connaître l'évolution des dispositifs dans le cadre du budget 2011, voté par la nouvelle assemblée élue au conseil régional.

Nouvelle édition de Paris se visite

La deuxième édition de *Paris se visite*, mini-annuaire des guides interprètes, des conférenciers et des sociétés proposant des visites de Paris culturelles ou thématiques (tous adhérents), est éditée à 35 000 exemplaires. En raison du tirage restreint, la version papier du guide est réservée au grand public. Les professionnels peuvent cependant la feuilleter et la télécharger sur le site parisinfo.com, à partir de la rubrique « Excursions & balades ».

→ Consultez la brochure sur parisinfo.com.



Manifestations « adhérents »

| Octobre « Paris arts » | | |
|----------------------------|---|------------------------|
| 1 | Réunion de présentation de marché Scandinavie | Scandinavie / Affaires |
| 14 | Réunion de présentation de marché Brésil | Brésil / Loisirs |
| 24 | Soirée des nouveaux adhérents | |
| Novembre «Paris gourmand » | | |
| 15 | Forum des loisirs culturels au château de Versailles | |
| 30 | Réunion de présentation de marché Chine | Chine / Loisirs |
| NC | Éductour à la Cité des sciences, exposition « Science et science-fiction » | Loisirs |
| Décembre « Paris lumière » | | |
| NC | 13 ^e réunion plénière Bureau des Congrès avec les membres adhérents et les ambassadeurs des Congrès de la Ville de Paris | Affaires |

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

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

Actions marketing de l'Office

| Octobre « Paris arts » | | |
|----------------------------|---|-----------------------------|
| 5 | * Réunion veille de marché Inde | Inde / Loisirs |
| 7-8 | * Réunion veille de marché Chine | Chine / Loisirs |
| 12 | Rencontres pro 2010 (Le Touquet) | France / Affaires |
| 14 | * Réunion veille de marché Corée | Corée / Loisirs |
| 18 | * Workshop Corée avec corporates | Corée / Affaires et Loisirs |
| 18-21 | Démarchage à Londres, soirée networking | Royaume-Uni / Affaires |
| 19-21 | Accueil de presse « Paris gourmand et shopping » | Multimarché / Loisirs |
| 20-22 | Workshop et démarchage à Moscou | Russie / Affaires |
| 22-24 | Éductour avec Atout France (Norvège) | Norvège / Affaires |
| 24-25 | Workshop French Affairs (San Francisco) | États-Unis / Loisirs |
| 26-29 | Tournée Mexique (Mexico, Monterrey) | Mexique / Loisirs |
| 26-30 | M&I forums à Cannes | Multimarché / Affaires |
| NC | * Workshop avec corporates | Japon / Affaires et Loisirs |
| Novembre «Paris gourmand » | | |
| 4 | Visites commerciales (Londres) | Royaume-Uni / Loisirs |
| 4-7 | Éductour agences MICE Allemagne (Paris, Lyon, Nice) | Allemagne / Affaires |
| 5 | Workshop ETOA (Londres) | Royaume-Uni / Loisirs |
| 9 | Petit déjeuner avec les opérateurs Inde au WTM (Londres) | Inde / Loisirs |
| 9-13 | Roadshow Allemagne avec Atout France (Düsseldorf, Hambourg, Berlin) | Allemagne / Affaires |
| 16-19 | Éductour Corée avec Atout France et Air France | Corée / Loisirs |
| 18-20 | Éductour Pays-Bas avec Atout France | Pays-Bas / Affaires |
| 23-26 | Éductour Moyen-Orient avec Atout France, Etihad Airways | Moyen-Orient / Loisirs |
| 30-2 déc. | Salon EIBTM (Barcelone) | Multimarché / Affaires |
| 30-6 déc. | Accueil de presse « Shopping et Noël » | Inde / Loisirs |
| NC | Démarchage agences MICE à Zurich | Suisse / Affaires |
| Décembre « Paris lumière » | | |
| 6-10 | Tourisme France Chine (Pékin, Shanghai, Canton) | Chine / Loisirs |
| 11-12 | Éductour HRG Belgium | Belgique / Affaires |
| 12-14 | Éductour États-Unis avec Atout France | États-Unis / Affaires |
| 13-15 | Démarchage MICE et corporates à Milan | Italie / Affaires |
| 15-18 | Best of MICE forum (Séville) | Multimarché / Affaires |
| NC | 12 ^e réunion Site et PCO | Congrès |

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

* Réunion réservée aux membres des Comités Paris.

■ Du tourisme durable au *sustainable tourism*

La rubrique de parisinfo.com consacrée exclusivement au tourisme durable est désormais disponible en anglais. Organisée autour de deux grandes thématiques (« À la rencontre des Parisiens » et « Paris, destination touristique durable »), elle met à disposition toutes les informations pour découvrir la capitale en respectant l'environnement tout en valorisant les professionnels engagés dans une démarche de développement durable.

→ Consultez la rubrique *Tourisme durable en anglais* sur <http://en.parisinfo.com/sustainable-tourism/>

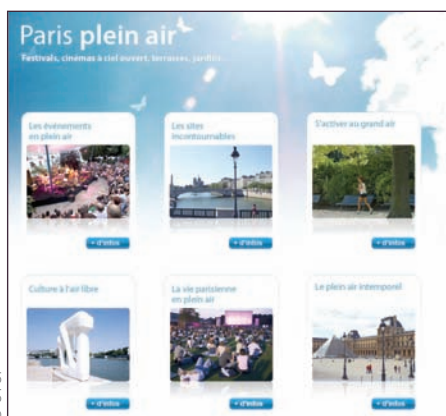
LA VIE DU WEB

■ Arrivée de Claire Chicoine au Bureau des Congrès

Claire Chicoine, jeune diplômée en communication et marketing, et en langues (anglais et italien), a rejoint le Bureau des Congrès début septembre, en tant que chargée de la communication. Son expérience de deux ans en tant que chargée de marketing et communication Web au sein de Homelidays.com, sa connaissance de Paris et sa passion pour le Web lui permettront de développer le site convention.parisinfo.com et l'ensemble des outils de communication servant la promotion de *adhérents tourisme d'affaires*. Cette arrivée renforcera ainsi la dynamique que l'Office met en œuvre depuis plusieurs années pour développer la présence de la capitale sur la Toile.

■ Le contenu de parisinfo.com toujours plus riche

Depuis le mois de janvier, le pôle éditorial de parisinfo.com a publié 13 dossiers thématiques permettant aux internautes touristes ou parisiens de découvrir la capitale, ses bons plans, ses sites incontournables ou plus surprenants. Les adhérents



© OTCP

L'attractivité économique de Paris : moteur, action

La Ville de Paris a placé le développement économique de la capitale au cœur de ses préoccupations et développe des outils adaptés pour le favoriser.

Elle a ainsi réalisé une vidéo en version française et anglaise, destinée à faire connaître l'attractivité de la région capitale pour les investisseurs. Des images fortes et des données chiffrées valorisent la compétitivité de Paris, sa richesse scientifique, la variété de son potentiel industriel et son dynamisme, dont les pôles de compétitivité sont l'illustration la plus parlante. Cette force économique, industrielle et scientifique explique que 42 à 44 % des touristes à Paris soient des touristes d'affaires.



© Mairie de Paris

→ Regardez la vidéo en ligne sur <http://convention.parisinfo.com>.

sont régulièrement mis en avant au sein de ces dossiers. Sont ainsi parus sur le site :

- « Paris plein air » (26 846 visites) ;
- « Paris musique » (26 127 visites) ;
- « Paris plages » (14 095 visites) ;
- « Paris bien-être » (7 196 visites) ;
- « Paris, destination touristique durable » (1 839 visites) ;
- « Paris sports » (1 335 visites) ;
- les dossiers relayant les opérations d'image de l'Office : « Vivez Paris romantique » (29 666 visites) ; « Paris vous sourit » (4 224 visites).

De nouveaux dossiers ont été proposés sur les sujets les plus susceptibles de répondre aux attentes des internautes. Ils ont recueilli un nombre record de visites :

- « Les incontournables 2010 » (46 879 visites) ;
- « Vivre Paris la nuit » (45 000 visites) ;
- « Paris à petit prix » (37 141 visites) ;
- « Pâques à Paris » (15 777 visites) ;
- « Paris architectures » (2 693 visites).

Paris accessible aux personnes handicapées en un clic... en anglais

Depuis avril dernier, l'Office présente sur parisinfo.com plus de 1 050 hôtels, restaurants, sites culturels ou encore services accessibles aux personnes handicapées dans la capitale et en Île-de-France. Ces informations valorisant les sites labellisés *Tourisme & Handicap*, ainsi qu'une sélection d'établissements dont l'accessibilité a été évaluée, sont désormais intégralement disponibles en anglais. Elles sont accueillies dans les sous-rubriques des catégories « Hôtels et hébergements », « Restaurants et cafés », « Musées et monuments », « Transports et plans », « Shopping et mode », « Excursions et balades » et « Paris pratique ».

→ Consultez les informations en anglais sur le handicap sur parisinfo.com.

■ Focus : connaître les internautes grâce au baromètre Etour

Afin de mieux connaître les visiteurs de parisinfo.com et de répondre à leurs attentes, l'Office réalise deux fois par an le bilan du baromètre Etour.

Cette enquête en ligne, qui se déclenche sur le site pendant la navigation de l'internaute, est proposée en six langues : français, anglais, allemand, espagnol, italien et néerlandais. Elle touche ainsi un échantillon de visiteurs représentatif du visitateur réel de parisinfo.com, d'autant plus qu'elle capte environ 3 internautes sur 10.

L'enquête permet d'identifier les profils des visiteurs, de mesurer leur niveau de satisfaction par rapport au site Internet, et d'évaluer l'image qu'ils ont de la ville avant et après leur passage sur le site. Les internautes sont invités à laisser leur adresse e-mail à l'issue de l'enquête afin d'être recontactés par l'Office, ce qui donne la possibilité de constituer une base privilégiée de contacts qualifiés. Une relation directe avec les internautes peut ainsi être entamée pour mieux les connaître et mesurer leur satisfaction post-séjour.

La dernière édition du baromètre a permis de recueillir de précieuses données sur les visiteurs du site :

- ce sont majoritairement des femmes (61 %), des couples (38 %) et des foyers avec enfants de moins de 15 ans (34 %) ;
- leurs trois premières motivations de séjour sont la destination (70 % des répondants), le prix (50 %) et les loisirs culturels (33 %) ;
- 62 % d'entre eux résident en hébergement marchand durant leur séjour ;
- ils voyagent beaucoup, avec une moyenne de 3,7 séjours longs (supérieurs ou égaux à 4 nuits) et de 2,6 séjours courts (inférieurs ou égaux à 3 nuits) par an.

Très bon point pour Paris : presque tous les internautes (92 %) ont une bonne image de la ville.

■ De nouveaux produits pour la boutique en ligne



© C. Recoura/Grévin

© C. Millet

La boutique en ligne de parisinfo.com référence de nouveaux produits. Les internautes peuvent désormais acheter les billets suivants :

- billet pour le musée Grévin (adulte 18 €, enfant 10 €) ;
- titre de transport RATP Paris - Versailles (adulte 6 €, enfant 3 €) ;
- billet pour Paris Story (adulte 10 €, enfant 6 €) ;
- billet pour les Bateaux-Mouches (adulte 10 €, enfant 5 €) ;
- titre de transport RATP Paris - Disneyland Paris aller-retour (adulte 6 €, enfant 3 €).

À ce jour, 55 produits sont disponibles sur la boutique, répartis en cinq catégories : Musées et monuments, Parcs d'attractions, Transport, Croisières sur la Seine, Bus panoramiques.

Une nouvelle rubrique permet également d'acheter en ligne les excursions incontournables, sélectionnées en partenariat avec Cityrama et Paris vision : une visite guidée de Versailles, du Louvre ou de Montmartre, un dîner sur la Seine suivi d'une soirée cabaret, une excursion aux châteaux de la Loire ou au Mont-Saint-Michel.

→ Accédez à la rubrique « Excursions » sur parisinfo.com.

Fréquentation web

Parisinfo.com

Pages vues

| | |
|--------------|------------|
| Août 2010 | 3 922 571 |
| Janvier-août | 28 845 159 |

Visites

| | |
|--------------|-----------|
| Août 2010 | 643 583 |
| Janvier-août | 5 423 290 |

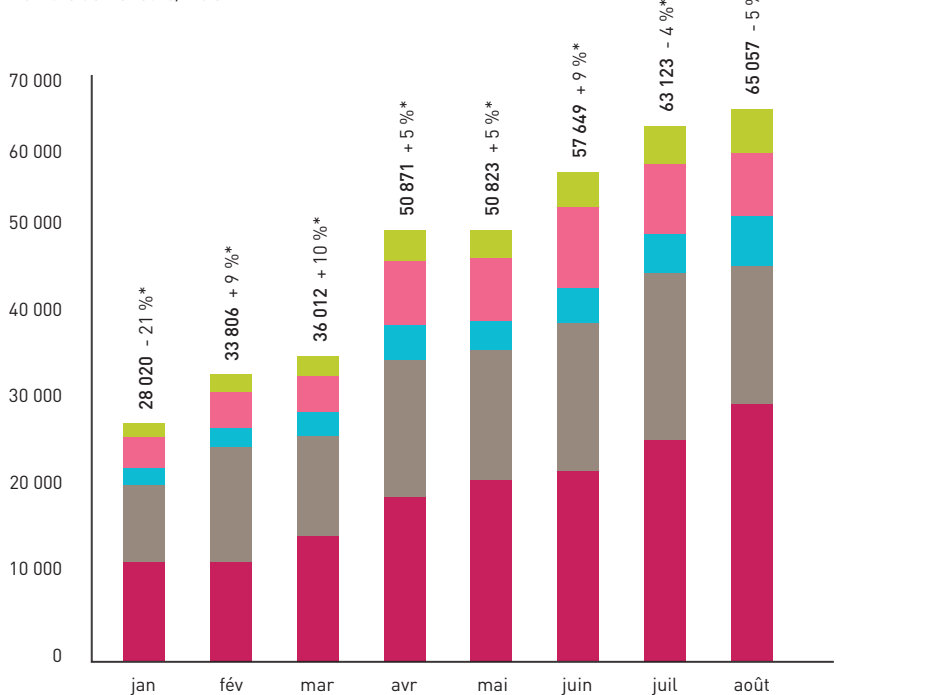
Visiteurs

| | |
|--------------|-----------|
| Août 2010 | 504 451 |
| Janvier-août | 4 175 243 |

■ Fréquentation des bureaux de l'Office

De janvier à août 2010, les bureaux d'accueil de l'Office ont accueilli plus de 385 000 visiteurs, soit autant qu'en 2009 à la même période.

Nombre de visiteurs/mois



* Évolution par rapport à 2009

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

ACCUEIL ET INFORMATION

■ De nouveaux produits disponibles à l'accueil

L'offre commerciale des bureaux d'accueil s'est enrichie de nouveaux produits. Sont à présent disponibles :

- le titre de transport RER Paris – Marne-la-Vallée Chessy, couplé avec l'entrée du parc Disneyland Paris ;
- les croisières Bateaux-Mouches ;
- une nouvelle compagnie de tour de la ville en bus à double étage, Foxity, qui propose un circuit touristique de 90 min sans arrêt au prix très attractif de 14 € ;
- un excursionniste spécialiste de la clientèle russe sur Paris, Visitscope, qui propose des visites uniquement en russe.

■ Point sur les Ambassadeurs de l'accueil

Entre juin et août 2010, les Ambassadeurs de l'accueil ont déjà renseigné plus de 127 520 visiteurs dans les kiosques Bastille, Champs-Élysées – Clemenceau, Hôtel-de-Ville, Notre-Dame et Père-Lachaise. Si la majorité des visiteurs sont étrangers et provinciaux, de nombreux Parisiens vien-

nent également s'informer pour faire du tourisme dans leur propre ville.

La fréquentation des points ouverts du 1^{er} juillet au 31 août est pour le moins contrastée : 717 visiteurs ont été accueillis à Père-Lachaise, 18 682 au kiosque Bastille et 28 372 à Hôtel-de-Ville. Les kiosques Champs-Élysées – Clemenceau et Notre-Dame restent ouverts jusqu'au 3 novembre.



© OTCP