

Paris

tourisme infos

Le journal des professionnels du tourisme parisien

Tout sur Paris 2

Chiffres clés

L'Observatoire du Tourisme Parisien communique

- Un excellent premier trimestre 2
- Hausse du prix moyen 2
- L'euro, monnaie forte 2
- Le Tourisme à Paris - Chiffres clés 2006 2
- Fréquentation des musées et monuments 2

Infos pratiques

- Ouverture d'un point d'information à la gare de l'Est 2
- Le « pôle Trocadéro » 2
- Avec Vélib', 10 000 vélos en libre service dans Paris 3
- Spécial coupe du monde de rugby 3

Tout sur l'Office 4

Direction marketing loisirs, des actions, des résultats

- Agenda des actions marketing loisirs/communication 4
- Les outils de l'Office font peau neuve 4
- Voyages thématiques « Architecture et design » et « Famille » 4
- Les Rendez-Vous France 2007 4

Les missions des Comités Paris

- Missions Paris Comités Russie, Brésil, Inde, Chine 5
- Workshops Afrique du Sud 6
- Tournée Moyen-Orient 6
- ITB Berlin 6

Bureau des Congrès,

des actions, des résultats

- Agenda des actions du Bureau des Congrès 6
- Nouveau chargé de communication 6
- Paris, 2^e ville de congrès en 2006 selon ICCA 6
- 12 congrès gagnés pour Paris en 2006 6
- Salon Bedouk MC&IT 2007 7
- L'événement France 2007, à l'occasion de Bedouk 7
- Le salon IMEX à Francfort 7
- Réunion d'initiation à l'adhésion 7

Département des professionnels parisiens, des actions, des résultats

- Livraison des éditions 2007-2008 aux adhérents 7
- Assemblée générale 7
- Les conférences 7
- Les éductours 7

L'Office, des chiffres, des tendances

- Les « Ambassadeurs de l'accueil » 8
- Le service courrier et le serveur vocal 8
- 0 892 68 3000 (0,34 €/min) 8
- Réservations hôtelières 8

Le multimédia, des actions, des résultats

- La boutique en ligne se perfectionne 8
- www.parisinfo.com 8

Paris Tourisme Infos

Directeur de la publication

Paul Roll

Rédacteur en chef

Marie-Christine Rabot

Coordination

Sandrine Petit

Ont collaboré à ce numéro

Brigitte Camus et Emmanuelle Mylle

Toutes les Directions et Services

Design graphique

Christian Dao, Kathleen Boisset

Impression

A. Roques & Fils

édito

Bertrand Delanoë

Maire de Paris

La journée du tourisme

Paris est à vous, Paris vous aime, Paris vous donne rendez-vous pour vous remercier de votre venue», tel est le message que j'ai délivré en tant que Maire de la Capitale, en lançant, le 9 juillet dernier, la toute première édition de la Journée du Tourisme.

Organisée à l'initiative de la Ville de Paris par l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, cette journée a deux objectifs : le premier est de dire à nos visiteurs combien Paris est heureuse de les accueillir et les remercier de faire de notre Ville la capitale mondiale du tourisme. Le second consiste à inviter Parisiennes et Parisiens à partager leur Ville avec la même chaleur qu'ils ont manifestée lors de grands événements internationaux.

Il me semble aussi extrêmement important de démontrer aux Parisiens combien le tourisme est une activité vitale pour la qualité de leur vie et pour leur bien-être. La politique touristique respectueuse de l'environnement que nous menons avec toute l'équipe municipale y est pour beaucoup. Des transports en commun de plus en plus nombreux, notamment un tramway reliant la capitale d'est en ouest ; des autobus roulant toute la nuit et des horaires de métro étendus ; des pistes cyclables qui se développent, accueillant déjà 10 000 vélos « Vélib' » (20 000 fin 2007) ; la multiplication de jardins et d'espaces verts... les Parisiens sont les premiers à les réclamer. Les grandes expositions, les bâtiments et monuments que l'on rénove ou que l'on construit : les Parisiens sont les premiers à les visiter.

Enfin, il ne faut pas oublier qu'un emploi sur cinq dans la capitale dépend directement ou indirectement du tourisme. Les retombées économiques positives, les emplois générés, les métiers protégés : les Parisiens sont les premiers à en bénéficier.

Ainsi, le développement d'un tourisme puissant, vivant, économiquement important, repose sur une sorte de cercle vertueux qui profite tour à tour aux Parisiens et aux touristes. Sans cette activité, les Parisiens n'auraient pas le bonheur de partager avec les visiteurs tout ce qui fait la singularité, l'harmonie et la beauté de leur ville.

Lors du prochain grand rendez-vous que sera la Coupe du monde de rugby, gageons que les caméras du monde entier sauront retransmettre l'image de Parisiens accueillants, fiers de montrer le meilleur de leur ville.

Tout sur Paris

Chiffres clés L'Observatoire du Tourisme Parisien communiqué

■ Un excellent premier trimestre

Avec une progression du taux d'occupation de 6,3 points pour l'ensemble de l'hôtellerie parisienne et de 4,9 points pour l'hôtellerie de chaînes, le mois de mars confirme les bons résultats observés depuis le début de l'année. D'une manière générale, les excellents résultats du premier trimestre permettent d'envisager un lissage progressif de la fréquentation hôtelière sur l'ensemble de l'année. En effet, les mois traditionnellement marqués par une activité moindre ont enregistré de fortes hausses de fréquentation ; parallèlement, les taux d'occupation subissent une pression de plus en plus élevée pendant les mois de haute saison.

■ Hausse du prix moyen

La croissance de la fréquentation touristique conjuguée à la faible progression des capacités d'accueil se traduit par une hausse du prix moyen de 6,5 % au premier trimestre (hausse ininterrompue depuis juin 2006).

À terme, le prolongement de ces tendances pourrait affecter la compétitivité tarifaire de l'hôtellerie parisienne.

■ L'euro, monnaie forte

Pour apprécier la fréquentation touristique à Paris des deux grandes nationalités que sont les États-Unis et le Japon, il faut aussi se pencher sur les taux de change. En effet, la valeur du dollar et celle du yen comparées à

l'euro sont prises en compte dans une décision de voyage. Or l'euro continue d'augmenter par rapport au dollar (+ 10 % entre mars 2006 et 2007, et + 37 % comparé à mars 2000). Cette tendance est encore plus marquée vis-à-vis du yen : l'euro est en hausse de 10 % par rapport à 2006 et de 51 % par rapport à 2000. Il convient de rester attentif à ces évolutions, qui ont un impact sur la compétitivité de la destination Paris. Dans un baromètre à venir, l'Office approfondira la question de la compétitivité de l'hôtellerie parisienne face aux métropoles touristiques mondiales.

■ Le Tourisme à Paris – Chiffres clés 2006

Combien de passagers ont accueilli les aéroports de Paris ? Quelle est la part de la clientèle étrangère dans l'hôtellerie parisienne ? Combien de congrès se sont déroulés à Paris ? Quels sites culturels ont (ré)ouvert ? *Le Tourisme à Paris – Chiffres clés 2006* apporte les réponses à toutes ces questions. Différents aspects du tourisme parisien y sont abordés : la géographie et la population, les données économiques du secteur touristique, les transports, l'offre en hébergement, les résultats hôteliers, l'offre de loisirs et les fréquentations des principaux sites culturels, les activités et les dépenses des touristes à Paris, le tourisme d'affaires, et une nouvelle partie consacrée à l'environnement concurrentiel. Bilingue français-anglais, cette 5^e édition a été enrichie : augmentation du nombre de pages, nouvelle maquette, nouvelles cartes, données statistiques issues d'outils d'observation inédits, etc. Ce document est téléchargeable depuis le site Internet www.parisinfo.com.

■ Fréquentation des 10 principaux musées et monuments parisiens

La traditionnelle enquête de fréquentation des sites culturels parisiens est en cours de finalisation. En attendant les résultats définitifs des 50 sites majeurs, l'Observatoire peut d'ores et déjà publier le « top 10 » des sites les plus visités.

Fréquentation des 10 principaux musées et monuments parisiens

Rang	Sites	Visiteurs
1	Cathédrale Notre-Dame de Paris	13 650 000
2	Basilique du Sacré-Cœur de Montmartre	10 500 000
3	Musée du Louvre	8 348 000
4	Tour Eiffel	6 695 131
5	Centre Pompidou	5 133 506
6	Cité des Sciences et de l'Industrie (hors Géode)	3 045 000
7	Musée d'Orsay	3 009 203
8	Chapelle Notre-Dame-de-la-Médaille-Miraculeuse	2 000 000
9	Muséum national d'histoire naturelle	1 344 344
10	Arc de Triomphe	1 330 738

Infos pratiques

■ Ouverture d'un point d'information à la gare de l'Est

À l'automne, l'Office ouvrira à la gare de l'Est une nouvelle antenne d'accueil. L'Office ne pouvait manquer ce rendez-vous avec les passagers du nouveau TGV Est (inauguré le 10 juin 2007). Ce bureau a vocation à accueillir les visiteurs venus de l'Est de la France, (Reims sera à 45 minutes de Paris, Strasbourg à 2 h 20) mais aussi d'Allemagne (Francfort à 3 h 50, Stuttgart à 3 h 40), de Suisse (Bâle à 3 h 20, Zurich à 4 h 35) et du Luxembourg (2 h 05). À terme, il desservira des gares d'Europe centrale. La SNCF mise sur 11,5 millions de voyageurs annuels en 2010 (soit une hausse de 100 % du trafic international).

L'implantation de ce bureau d'accueil, en un point névralgique du trafic touristique, s'inscrit dans la politique menée par l'Office : être là où les visiteurs se trouvent.

Bureau d'accueil de la gare de l'Est, Place du 11-Novembre-1918 (10^e), 9 h-17 h. Fermé dimanches et jours fériés.

■ Le « pôle Trocadéro », une journée de plus pour la promotion de Paris

Paris vit, bouge à l'est, s'épanouit à l'ouest. Autour de la tour Eiffel et du Champ-de-Mars est né un pôle d'attraction à l'offre culturelle exceptionnelle. Art moderne ou contemporain, arts premiers, africains et asiatiques ; mode, marine, histoire, anthropologie, architecture... En 2007, le « pôle Trocadéro » est un atout majeur pour la capitale. L'Office en assure la promotion en expliquant qu'il justifie de passer une journée de plus à Paris. Ce message figure en bonne place dans la nouvelle présentation audiovisuelle utilisée lors des opérations de promotion de l'offre parisienne, en France et à l'étranger. L'Office a donc engagé les différents acteurs du « pôle Trocadéro » à se fédérer et à mener une promotion commune. Ainsi est né le dépliant *Paris-Trocadéro – Loisirs et culture autour de la tour Eiffel*. Imprimé à 800 000 exemplaires, bilingue français-anglais, il présente l'offre de 17 partenaires (sites culturels et de loisirs, bateaux). Ce dépliant est diffusé par les bureaux de l'Office, par ses 17 partenaires et par son réseau d'adhérents.

Avec Vélib', 10 000 vélos en libre service dans Paris

Avec quelque 370 km de pistes cyclables, Paris encourage visiteurs et habitants à se déplacer en respectant l'environnement. Dès le 15 juillet, 10 000 vélos, disponibles 7 jours sur 7 et 24 h sur 24, seront proposés dans les 750 stations Vélib' installées dans les arrondissements parisiens. Fin 2007, le nombre de vélos devrait être porté à 20 000, et celui des stations, à 1 450. Depuis le 12 juin, les vélos étaient en démonstration. Plus de 3,5 millions de dépliants ont été diffusés dans les postes, dans les mairies d'arrondissement... et dans les bureaux de l'Office, afin d'inciter les Parisiens à souscrire un abonnement annuel de 29 €, pour des trajets de moins d'une demi-heure. Les visiteurs pourront opter pour des abonnements de courte durée : le Ticket Vélib' 7 jours (5 €) et le Ticket Vélib' 1 jour (1 €). Pour ce faire, il suffit de se rendre dans une station Vélib' équipée d'une borne.

Tous renseignements : Allô Vélib' – Tél. 01 30 79 79 30, de 9 h à 19 h (sauf le dimanche ; prix d'un appel local).

La Coupe du monde de rugby, c'est aussi à Paris !

La France a l'honneur d'accueillir le plus grand événement sportif mondial de l'année : du 7 septembre au 20 octobre 2007, les 20 équipes sélectionnées s'affronteront au cours de 48 matchs afin d'emporter le titre actuellement détenu par l'Angleterre.

Cette édition est attendue comme la plus importante de l'histoire du tournoi, avec 2 400 000 spectateurs dans les stades et près de 260 millions de téléspectateurs dans le monde entier.

Paris et Saint-Denis seront au centre du dispositif sportif : 12 matchs s'y tiendront, dont celui d'ouverture et l'essentiel de la phase finale. Les acteurs touristiques et institutionnels parisiens sont prêts à recevoir les spectateurs qui feront le déplacement. Quant à l'Office, il mettra tout en œuvre pour accueillir et informer les amateurs de ballon ovale ; objectif : encourager les visiteurs fréquentant les stades et les lieux consacrés au rugby à « transformer l'essai » en profitant largement de l'offre touristique parisienne...

► **Un dispositif d'accueil renforcé.** L'Office intensifiera sa présence et sa visibilité grâce au maintien des kiosques d'information situés sur le parvis de l'Hôtel de Ville et à Champs-Élysées–Clemenceau jusqu'au 20 octobre, fin de la compétition. Lors des grands matchs, points d'information et agents d'accueil seront habillés aux couleurs de l'événement. De plus, l'Office accompagnera la Ville de Paris en communiquant sur ses événements grand public, comme le village des supporters.

► **Un dépliant spécial.** Déjà à l'honneur avec l'opération estivale « Les Ambassadeurs de l'accueil à Paris », la Coupe du monde fera l'objet d'un dépliant spécial sur les manifestations (fêtes, festivals, expositions, concerts, spectacles, etc.) se déroulant à Paris en septembre et en octobre. Un dossier complet sera mis en ligne sur le site www.parisinfo.com.

► **Parisnews n° 13.** En juillet, l'e-newsletter mensuelle de l'Office est consacrée à la Coupe du monde. Elle porte sur les sites des matchs (stade de France et parc des Princes), les événements – animations, concerts et expositions – qui ont trait au rugby, sur la mode (boutiques et produits dérivés « rugby »), les emplacements d'écrans géants, les bars de la 3^e mi-temps... Elle traite également des visites guidées autour du sport.

L'Office informera et conseillera les professionnels et les adhérents, afin qu'ils profitent au mieux de cette opportunité, via les canaux de diffusion habituels : extranet, newsletter, info flash, etc.

Hormis la Ville de Paris, d'autres acteurs institutionnels organisent des événements festifs et soutiennent les professionnels du tourisme à l'occasion de la Coupe du monde. Ainsi, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris prévoit des animations dans les rues et commerces de Paris, qui associeront chaque quartier de la capitale à un pays participant. En outre, une aide et une brochure d'accueil des touristes étrangers seront proposées aux cafés, aux hôtels et aux restaurants parisiens.

► Les « bons plans » de la troisième mi-temps :

- Eden Park Café : 10, rue Princesse (6^e)
- Little Temple Bar : 12, rue Princesse (6^e)
- O'Neil : 20, rue des Canettes (6^e)
- O'Sullivan's : 1, boulevard Montmartre (2^e)
- The Frog & Rosbif : 116, rue Saint-Denis (2^e)
- Corcoran's Irish Pub : 28, rue Saint-André-des-Arts (6^e)
- Brasserie « Au Métro » : 18, boulevard Pasteur (15^e)
- Le Bistrot Irlandais : 15, rue de la santé (13^e)
- L'Alimentation Générale : 64, rue Jean-Pierre-Timbaud (11^e)

Coupe du monde de rugby 2007 : dates à retenir

5 matchs se dérouleront au parc des Princes, dont la « petite finale », le 19 octobre :

Dimanche 9 septembre :	Afrique du sud - Samoa
Mercredi 19 septembre :	Italie - Portugal
Vendredi 28 septembre :	Angleterre - Samoa
Dimanche 30 septembre :	Irlande - Argentine
Vendredi 19 octobre :	petite finale (3 ^e et 4 ^e place)

7 matchs se dérouleront au stade de France, dont les demi-finales et la finale qui clôturera le tournoi le 20 octobre :

Vendredi 7 septembre :	France - Argentine (match d'ouverture)
Vendredi 14 septembre :	Angleterre - Afrique du Sud
Vendredi 21 septembre :	France - Irlande
Dimanche 7 octobre :	1/4 de finale 4
Samedi 13 octobre :	1/2 finale 1
Dimanche 14 octobre :	1/2 finale 2
Samedi 20 octobre :	finale

Tout sur l'Office

Direction marketing loisirs, des actions, des résultats

Les outils de l'Office font peau neuve

► **Éditions : nouvelle forme, nouveau fond**
En 2007, l'Office renouvelle l'identité graphique de ses éditions afin de continuer à promouvoir la capitale de façon pertinente et attrayante. Afin de donner de Paris l'image d'une ville vivante et chaleureuse, la nouvelle création (réalisée par l'agence Publicis Consultants) fait la part belle à l'illustration. Un grand dessin – vue imaginaire du cœur historique de Paris – est utilisé en partie pour illustrer chaque couverture. Ce dessin a été créé par l'illustrateur Stéphane Gamain et réalisé dans un traité « ligne claire », style popularisé par Hergé et Edgar P. Jacobs. La nouvelle identité s'applique aux différents supports professionnels, institutionnels ou grand public.

Diffusées gracieusement dans les points de l'Office et via un réseau de plus de 2 000 professionnels adhérents, les éditions grand public ont été repensées dans la forme comme dans le fond. Le guide *Paris est à vous !*, entièrement réécrit, invite à découvrir la ville au gré de 13 promenades et de 12 chapitres thématiques. Sur le *plan-guide*, 16 volets d'information complètent la carte détaillée. Enfin, *Paris hébergements* recense les prestataires d'hébergement adhérents de l'Office, à Paris et en Île-de-France.

Quant au guide *Paris Gourmand*, nouveauté 2007, il est consacré à la gastronomie parisienne. Comptant 124 pages, bilingue français/anglais et imprimé à 150 000 exemplaires, ce support recense les établissements adhérents dont l'activité a trait à la restauration : restaurants (classés par type de cuisine), mais aussi cabarets, bateaux, restaurants d'hippodromes ou de musées, boutiques et traiteurs, salons de thé, cours de cuisine et d'œnologie, etc.

Découvrez les nouvelles publications

de l'Office sur :

<http://pro.parisinfo.com>

<http://presstraveltrade.parisinfo.com>

► Parisnews informe aussi sur le tourisme d'affaires

Envoyée à quelque 7 400 opérateurs touristiques et journalistes du monde entier, *Parisnews*, l'e-newsletter professionnelle de l'Office, intègre depuis avril les nouveautés et actualités du segment affaires (centres de congrès, hôtels, lieux et activités incentives, etc.). *Parisnews* n° 13 (juillet) est une édition spéciale consacrée à la Coupe du monde de rugby. Pour recevoir *Parisnews*, il suffit de remplir le formulaire d'inscription en ligne sur l'espace presse.

► Nouvelle présentation Paris

L'un des supports majeurs de la présentation de la capitale et de son offre est la présentation audiovisuelle Paris. Elle accompagne toutes les actions de promotion de l'Office. Entièrement repensée en 2007, elle présente aussi bien le Paris incontournable que les nouveautés, donne un coup de projecteur sur le quartier du Trocadéro, résume les missions de l'Office et présente ses outils pour le grand public et les professionnels.

► Voyages thématiques « Architecture et design » et « Famille »

► **Du 21 au 23 mars**, 11 journalistes venus du Canada, d'Espagne, de Grande-Bretagne, d'Allemagne, de Suisse et du Japon ont participé à un accueil de presse « Architecture et design ». Ils ont appréhendé l'évolution de la ville à travers les commentaires passionnés des responsables du Pavillon de l'Arsenal, de la Semapa, de la Semaest, du musée du Quai-Branly, de la Cité de l'Architecture et du Fouquet's Barrière.

► **Du 7 au 9 février**, 7 journalistes participaient à l'accueil de presse « Paris Famille », une première pour cette thématique. Au programme : visite des musées de la Poupée et de la Magie, mais aussi de la Cité des Sciences et de l'Industrie, de CinéAqua, des coulisses du Grand Rex et de la célèbre boutique de jouets « Au Nain Bleu ».

Nouveau : retrouvez les présentations de marchés et comptes-rendus de missions du marketing loisirs, ainsi que les informations du Bureau des Congrès sur l'extranet destiné aux adhérents <http://pro.parisinfo.com>

► 27-28 mars : les Rendez-Vous France 2007

En 2006, la traditionnelle rencontre annuelle entre les professionnels du tourisme français et les opérateurs étrangers avait fusionné les éditions régionales Paris & More, Cap à l'Ouest et Grand Sud. En 2007, anticipant le lancement du TGV Est, elle s'est tenue pour la première fois à Strasbourg. Les visiteurs se sont montrés nombreux : 441 sociétés ont participé, dont 55 % en provenance d'Europe, 18 % d'Asie, 11 % d'Amérique du Nord et 9 % d'Amérique latine. L'Office (qui subventionne à hauteur d'un tiers la participation de ses adhérents) était présent sur un espace de 50 m² partagé avec le Comité Régional du Tourisme d'Île-de-France et 90 partenaires franciliens. Le stand Paris & More offrait à ses visiteurs un espace ouvert et convivial. Lors des Rendez-Vous France, l'Office communique sur la nouvelle image de Paris, grâce à une gamme d'outils

Agenda des actions marketing loisirs/communication

Juillet	« Plein air »
3	Réunion annuelle multicomité (plan d'actions 2008)
9	Journée du Tourisme « Paris est à vous »
Août	« Plage »
27-31	Éductour Inde avec mini workshop Comité
Septembre	« Patrimoine »
7-11	Éductour opérateurs brésiliens
10	Workshop multicomité avec 67 partenaires et 150 professionnels étrangers basés à l'hôtel Hilton Paris (Brésil, Chine, Corée, Inde, Japon, Russie)
Octobre	« Arts »
3 ^e semaine d'octobre	Workshop Comité Japon/marché corporate
8-12	Conférence de presse, démarchage des opérateurs touristiques, réseaux et formation à Mexico, Guadalajara et Monterrey
17-19	Voyage de presse multimarché « Paris Contemporain »

Retrouvez tous les événements de l'été et de l'automne sur www.parisinfo.com

marketing ; il oriente les opérateurs étrangers vers les partenaires parisiens présents ; il recueille des échos sur la conjoncture. Enfin, cette manifestation est aussi l'occasion d'envisager, avec les représentants des bureaux de Maison de la France à l'étranger, d'éventuels partenariats.

Sur les Rendez-Vous France, deux opérations « Paris » initiées par l'Office

- Un petit déjeuner sur le stand Paris a rassemblé les représentants de la délégation de Chine continentale-Hong Kong-Taïpei et les professionnels parisiens. L'occasion de leur marquer de l'intérêt et de prendre date pour la mission Comité Paris, en mai.
- En clôture de l'opération, un cocktail dînatoire à « l'Art Café » du musée d'Art moderne, confiée au groupe Sodexo Prestige, a réuni 90 convives venus d'Amérique latine, notamment du Brésil, avec les membres parisiens du Comité Brésil. Il s'agissait ici de resserrer nos liens avec l'Amérique du Sud et d'imaginer de prochaines opérations, dont un workshop au Mexique.

Les missions Comités Paris : conquête et fidélisation

Avec les Comités Paris, l'Office mise sur des marchés destinés à intégrer à plus ou moins long terme le « top 10 » des clientèles étrangères les plus présentes dans la capitale. Ses actions s'inscrivent dans la durée et prennent en compte les nouveaux besoins des différents marchés. Elles ciblent les opérateurs touristiques, les journalistes, les éditeurs de guides, les compagnies aériennes, etc.

Les leviers de progrès sont identiques. En amont : inciter les membres des Comités à respecter les habitudes des pays concernés pour améliorer la qualité de leur accueil et développer des liens commerciaux. À Paris, l'Office est une plateforme d'échange d'expérience pour les membres des Comités, notamment chinois, coréen, indien, japonais et russe. Lors des séances de formation organisées en début d'année (60 partenaires ont été accueillis en 2007), des spécialistes expliquent le fonctionnement des marchés et les habitudes des visiteurs potentiels, afin que les professionnels parisiens puissent satisfaire ces clientèles par un accueil approprié. Un opérateur du marché

en question apporte son témoignage, les professionnels échantonnent entre eux. À l'issue de chaque séance, les participants reçoivent un CD-Rom destiné à former leurs équipes en interne. Avant le départ pour les missions à l'étranger, l'Office définit la stratégie commerciale et les actions de communication.

Les missions à l'étranger permettent de présenter la destination sous ses différents aspects, de promouvoir les produits et de soutenir la démarche stratégique des membres des Comités Paris. De plus, à la tête des délégations Paris, des personnalités telles que le Maire Adjoint chargé du tourisme, le Président et le Directeur Général de l'Office, travaillent à faciliter les échanges en rencontrant les autorités et les professionnels locaux.

3-16 février

Mission Paris Comité Russie à Moscou

Depuis cinq ans, l'Office organise en Russie une mission Paris. En 2007, avec le soutien de Maison de la France Russie et 20 professionnels parisiens, elle a été recentrée sur Moscou, tout en accueillant des invités de Saint-Petersbourg, Ekaterinbourg et Kiev : 200 opérateurs sont ainsi venus découvrir le nouveau Paris et les produits Comité. Le programme comprenait : le workshop, un dîner VIP pour les directeurs des plus importants opérateurs touristiques et agences, deux journées de rendez-vous personnalisés dans les agences... et une conférence de presse (38 journalistes). La collaboration s'est intensifiée avec Air France, Aéroflot, la CCIP et, pour la première fois, la Sopexa. Pour la troisième année, le Bureau des Congrès participait à la mission ; il a pu constater une professionnalisation croissante. Paris devient une place incontournable du segment, grâce à la collaboration étroite avec les professionnels parisiens pour répondre au mieux aux attentes des visiteurs russes.

→ L'OMT prévoit 30,5 millions de touristes russes en 2020 : la Russie serait alors le 10^e pays émetteur de touristes internationaux. Paris mise sur 450 000 visiteurs et maintient ses actions ciblées aux côtés de Maison de la France Moscou, des compagnies aériennes et de ses partenaires parisiens.

5-9 mars

Mission Comité Paris au Brésil

L'Office, en partenariat avec la Compagnie aérienne brésilienne TAM, l'Office du tourisme de Lourdes et Maison de La France São Paulo, a participé à un démarchage des principaux opérateurs brésiliens. Il leur a présenté la destination, ses nouveautés et l'offre des 13 membres du Comité Brésil. Quatre villes étaient au programme : Rio de Janeiro (capitale touristique avec 11,1 millions d'habitants, 2^e marché émetteur pour Paris), São Paulo (2^e ville du pays, capitale économique, 18,4 millions d'ha-

bitants, 50 % du tourisme émetteur vers Paris), Brasilia (capitale administrative depuis 1960, 2,4 millions d'habitants) et enfin Belo Horizonte (3^e ville du pays). À chaque étape, la démarche était similaire : séminaire de formation des réseaux de la compagnie TAM, rencontres avec les principaux opérateurs et transporteurs aériens et avec une dizaine de journalistes de la presse touristique.

→ Le nombre de Brésiliens voyageant vers la France est estimé à 370 000 visiteurs en 2006. Le vieux continent, et notamment Paris, bénéficie des nouvelles législations des États-Unis sur les visas.

5-9 mars

Première mission exclusive Comité Paris en Inde

Après quatre années de workshops sous l'égide de Maison de la France Inde, l'Office, toujours en s'appuyant sur Maison de la France, a organisé en 2007 une première mission exclusive « Paris ». Pour communiquer de façon intense sur ce marché en fort développement, l'Office a mené une délégation de 13 professionnels parisiens à Delhi et Bombay (70 % des sorties des Indiens à l'étranger). Le programme a permis des échanges fructueux avec quelque 220 opérateurs indiens et 100 journalistes dans les deux villes : conférences de presse, workshops, rendez-vous préétablis avec les opérateurs touristiques, soirées VIP pour les directeurs des opérateurs touristiques et des agences, et, à Bombay, rendez-vous avec les équipes des grandes agences. Notons l'optimisation des relations avec Air France, de la CCIP, de la CCI Française et de la Sopexa.

→ Avec près de 150 000 visiteurs, le marché indien évolue de 10 à 15 % chaque année. Il se caractérise par une clientèle mixte (groupes et individuels ; forte augmentation des couples en voyage de noces, des familles, etc.). La demande porte sur les hébergements de catégories supérieures. L'obtention de visas n'est pas un problème (ce qui pourrait changer avec le recours aux critères biométriques). Encouragée par le gouvernement indien, la capacité aérienne globale est en hausse. Le pouvoir d'achat de la classe moyenne connaît une forte croissance. Le romantisme est un thème de prédilection chez les Indiens et Paris en joue largement dans sa promotion. Les opérateurs indiens sont identifiés, le marché structuré, les interlocuteurs fidélisés : autant de facteurs qui contribuent à accroître les flux vers Paris. Les efforts des professionnels français doivent porter sur la connaissance des us et coutumes indiens notamment en matière d'hébergement et d'habitudes culinaires. Si l'évolution du marché japonais s'est faite sur vingt ans, sept suffiront probablement au marché indien ; l'Office se doit d'être présent à ce rendez-vous.

14-22 mai

■ Mission exclusive Paris en Chine

Après dix ans d'efforts continus, la marque « Paris » est désormais visible dans les promotions de nos interlocuteurs de Chine continentale, de Hong Kong ou de Taipei (ces deux derniers étant des marchés plus matures). C'est le résultat d'un travail assidu avec les équipes de Maison de la France Chine, de la création du Comité Paris dès 1999, de plans d'actions ciblés et d'outils adaptés, sur Paris comme en Chine. La délégation des 13 membres parisiens a rencontré 375 opérateurs tour opérateurs grossistes et 100 journalistes en Chine continentale, 80 opérateurs et 30 journalistes à Hong Kong, et 120 opérateurs et 20 journalistes à Taipei. Ces interlocuteurs ont été accueillis lors de séminaires de présentation, de workshops, de soirées et de conférences de presse.

...» La perspective d'augmentation des flux (600 000 personnes à ce jour, 1 million en 2010 et 2 millions en 2020), le développement des voyages individuels et d'une consommation haut de gamme (les dépenses « shopping » dépassent celles des Japonais), sans oublier la progression des incitatives, font un enjeu considérable pour ce marché. L'Office compte y jouer ses atouts : il en va du positionnement de Paris dans la redistribution des nuitées consécutive à la diminution du nombre de pays visités.

12-15 février

■ Workshops Afrique du Sud

En préparation de la Coupe du monde de rugby, l'Office a participé aux rencontres annuelles entre professionnels du tourisme français et sud-africains. Celles-ci étaient organisées par Maison de la France Afrique du Sud à Johannesburg (3,2 millions d'habitants dont 1,1 million pour Soweto, 1/3 du PIB) et à Cape Town (2,9 millions d'habitants, environ 15 % du PIB). Dans chaque ville, le programme était identique : deux workshops, l'un destiné aux opérateurs touristiques, l'autre à la presse (35 journalistes rencontrés), suivis d'une soirée de gala avec les transporteurs et organismes de représentation français.

21-25 avril

■ Tournée au Moyen-Orient

L'Office a maintenu sa présence au Moyen-Orient mais revu le format de l'opération. Il s'est associé à la Direction du Tourisme et des Congrès de Monaco pour une tournée commune. Deux présentations harmonisées des villes, à Koweït et à Abu Dhabi, ont rencontré un vif succès auprès de participants sensibles à la démarche jumelée Paris-Monaco. Une session de formation a été organisée à Dubaï avec les plus importantes agences ; enfin, la soirée VIP au restaurant Lenôtre de Koweït a permis de rencontrer des directeurs d'opérateurs touristiques.

...» Avec un potentiel de plus de 300 000 arrivées, le Moyen-Orient est un marché à ne pas négliger.

7-9 mars 2007

■ ITB Berlin

L'Office a participé, sur l'espace du CRT Île-de-France, à la 41^e édition de l'ITB Berlin. Meilleure plate-forme en Allemagne pour des rencontres entre professionnels du monde entier, ITB a reçu 177 200 visiteurs dont 62 % professionnels. Rappelons que le lancement du TGV Est promet une relance des flux vers toute une partie de l'Allemagne.

Bureau des Congrès, des actions, des résultats

■ Un nouvel interlocuteur pour la communication et le marketing

Le Bureau des Congrès est aujourd'hui bien connu des organisateurs d'événements, associations professionnelles et entreprises. Pour améliorer encore la communication sur la destination « Paris, capitale du tourisme d'affaires », et la visibilité du Bureau des Congrès, à l'international et en France, une responsable de communication « affaires » a été recrutée. Elle est chargée des relations presse, de l'élaboration des outils marketing (manuel des conventions, site Internet/extranet, newsletter, etc.), de la veille et de l'actualité de Paris. **Marie-Charlotte Peltier – Tél. : 01 49 52 53 19 – mcpeltier@parisinfo.com**

■ Paris, 2^e ville de congrès en 2006 selon ICCA

Depuis 2005, le Bureau des Congrès de Paris et ses membres (centres de congrès et d'exposition, groupes hôteliers, organisateurs professionnels de congrès, DMC, etc.) se sont donné comme priorité de recenser les congrès associatifs accueillis à Paris. L'Office a constitué une base de données pour éclairer le paysage parisien en matière de congrès. Cette base nourrit également les statistiques UAI et

ICCA. Cette action porte ses fruits : l'International Congress & Convention Association (ICCA), dont le classement se fonde sur le nombre de participants, a rendu son verdict : Paris passe à la 2^e place en 2006, après Vienne, mais devant Singapour, Barcelone et Berlin. La capitale gagne 4 places, passe de la 6^e position à la 2^e avec 130 réunions (91 en 2005). De toutes les destinations congrès, Paris a effectué en 2006 la meilleure progression.

■ 12 congrès gagnés pour Paris en 2006

Concernant les candidatures Paris pour de grands congrès d'associations internationales, les missions du Bureau des Congrès s'étendent sur des périodes de deux à dix ans. Son rôle : accompagner les associations professionnelles et sociétés savantes. Ceci implique nombre d'actions ciblées : qualification des besoins, aide à la réalisation du dossier de candidature, mise en contact avec les professionnels parisiens, organisation de visites de repérage, obtention de parrainage et soutien, mise à disposition d'outils promotionnels et de présentation personnalisés, défense de la candidature à l'étranger, information des délégués sur le congrès si Paris a gagné la compétition, etc.

En 2006, le Bureau des Congrès a accompagné 71 projets pour lesquels Paris était en compétition avec d'autres métropoles internationales. Parmi eux, 12 candidatures ont été couronnées de succès, grâce au travail du Bureau des Congrès et de ses partenaires. 24 candidatures n'ont pas abouti favorablement ; les autres sont toujours en cours. Le Bureau des Congrès s'est particulièrement investi sur 25 projets (dont 7 gagnés, 8 perdus).

Outre ces candidatures, le Bureau des Congrès a traité 101 demandes pour des congrès déjà confirmés pour Paris : recommandation de professionnels parisiens, visites de repérage, promotion de l'événement, etc.

Agenda des actions Bureau des Congrès

Juillet	19-20	Accueil du panel d'experts britanniques de Maison de la France/Paris
	29-31	Conférence européenne de Meeting Professional International (MPI) - Montréal
Août	25-28	21 ^e Université d'été de l'EFCT, à Tallinn
	Septembre	13-14
25-27		Salon ITME, à Chicago. Présence sur le stand de Maison de la France
27		5 ^e réunion sites et PCOs, à Paris
Octobre	2	• Événement « Paris » à Bruxelles • Workshop en présence de partenaires parisiens et présentation de Paris destination de tourisme d'affaires et de loisirs
	25	• Événement « Paris » à New-York • Workshop en présence de partenaires parisiens et présentation de Paris destination de tourisme d'affaires et de loisirs

■ Salon Bedouk MC&IT 2007

Pour Bedouk MC&IT, incontournable salon consacré au tourisme d'affaires et à l'événementiel, 2007 aura été l'année du redéploiement grâce à une nouvelle implantation sur le site de Paris Expo Porte de Versailles. Le Bureau des Congrès l'a soutenu par sa présence, pour la 6^e année consécutive. Les organisateurs du salon ont conclu de nouveaux partenariats avec de grands acteurs institutionnels tels que Maison de la France, France Congrès et l'ANAé, afin de contribuer au développement de la filière. Pour le Bureau des Congrès, l'édition 2007 s'est révélée particulièrement fructueuse avec plus de 70 contacts établis. À noter : une demande croissante et « en direct » des sociétés.

■ L'événement France 2007, à l'occasion de Bedouk

À l'occasion du salon Bedouk MC&IT 2007, le Bureau des Congrès de Paris, associé au Club français du tourisme d'affaires de Maison de la France (CFTAR), avec le soutien d'Air France, d'Eurostar et de la SNCF, a proposé à plus de 200 acheteurs étrangers (*hosted buyers*) de découvrir les nouveaux sites dédiés à l'événement.

Au programme : le musée des Arts décoratifs ou le très tendance Showcase. Cet éductour a été réalisé avec des partenaires DMCs (*destination management company* ou agence réceptive) : France Connection, Kuoni, La Fayette Travel, Liberty, LSO, Spectra Continental et VAP Incoming.

Objectif : faire découvrir une capitale qui sait être glamour, branchée ou secrète, idéale pour tout type d'événement. Les *hosted buyers* ont également rencontré les professionnels parisiens membres du CFTAR lors d'un cocktail « Sparkling Paris », au Petit Palais, en présence de Thierry Baudier, Directeur général de Maison de la France, du Président Jean-Claude Lesourd et de Paul Roll.

Dès le lendemain, les délégations concrétisaient ces contacts sur le salon Bedouk MC&IT. Rendez-vous les 6 et 7 février 2008.

■ 17-19 avril : salon IMEX à Francfort

Pour la 5^e année consécutive, sous l'égide du Bureau des Congrès, 26 partenaires étaient présents sur un stand Paris de 140 m² au sein du salon IMEX. Cette édition a accueilli plus de 8 300 visiteurs, dont 3 600 *hosted buyers* (acheteurs) (associations, entreprises, agences) ; IMEX séduit de plus en plus de partenaires parisiens : 7 en 2003, 21 en 2006, 26 aujourd'hui.

À cette occasion, le Bureau des Congrès a mené une série d'actions fortes.

- Un dîner des *associations buyers*. Accompagné de ses partenaires membres ICCA (BCA, Disneyland[®] Resort Paris Business Solutions, France Connection, La Fayette

Travel, Leading Venues of Paris et Paris Expo-The Paris Meeting Points, MCI Paris, Novotel, Sofitel), le Bureau des Congrès a accueilli lors d'un dîner 16 représentants d'associations internationales d'un fort potentiel pour la destination.

- Un cocktail quotidien sur le stand Paris.
- Le sponsoring du Guide du salon (près de 7 000 exemplaires).
- Une communication Paris dans la presse spécialisée (*Quality in Meetings*, spécial Maison de la France, *L'Événementiel*, etc.).

Aux côtés de l'Office, 26 partenaires sur Imex : Palais des Congrès de Paris, Palais des Congrès de Versailles, Paris Nord Villepinte, Paris le Bourget, Paris Expo-The Paris Meeting Points, Disneyland[®] Paris Resort, MCI, BCA, La Fayette Travel, France Connection, Chabé Limousines, Alliance Hospitality-Holiday Inn Paris La Villette, Groupe Frontenac, Novotel Paris Tour Eiffel, Novotel Paris Est, Sofitel Hotels & Resorts, les Jardins du Marais, Le Royal Monceau, Pavillon Dauphine, Château Mont Royal, Château de Montvillargenne, Manoir de Gressy, Le Pré Catelan Lenôtre, Destination Roissy, Hôtel Saint James et Albany, Karé Magic, Les Cent Ciels et Atelier Barok.

■ 26 avril : réunion d'initiation à l'adhésion pour les prospects

Avec le Département des professionnels parisiens, le Bureau des Congrès a proposé une réunion d'information à 136 partenaires potentiels. Tous avaient participé ou bénéficié des opérations de promotion menées par le Bureau des Congrès. Cette réunion avait donc pour objectif de les inciter à adhérer au Bureau des Congrès, grâce à une présentation approfondie de ses missions et de ses actions. Sur 46 personnes présentes, une quinzaine a exprimé le souhait de rejoindre le Bureau des Congrès.

Département des professionnels parisiens, des actions, des résultats

Livraison des éditions 2007-2008 aux adhérents

Pour la 3^e année consécutive, l'Office a proposé à ses adhérents de recevoir en quantité ses nouvelles éditions 2007-2008 destinées au grand public. 450 ont passé commande ; les livraisons ont débuté mi-juin avec le *Paris est à vous !* et sa version anglaise, les plans de Paris et le programme des manifestations de l'été *J' aime l' été à Paris*. Le *Paris Gourmand* et le *Guide Paris Hébergements* suivront à partir de la mi-juillet.

■ Assemblée générale

L'assemblée générale de l'Office s'est tenue le 29 mai à la tour Eiffel. Près de 150 adhérents y ont participé. Après l'adoption du compte-rendu de l'assemblée générale, des comptes définitifs et du rapport d'activité 2006, le budget 2007 a également été approuvé. L'assemblée close, Jean-Bernard Bros, Vice-président de l'Office et Adjoint au Maire de Paris, a rappelé les actions de la Ville de Paris et de l'Office en faveur du tourisme parisien depuis 2001.

Ensuite, les participants ont été conviés à une visite des coulisses de la « dame de fer » par les conférenciers de la société Purple Beam.

■ Les conférences

Lors de conférences destinées à ses adhérents, l'Office décrypte et commente les nouveaux produits, les évolutions et les nouvelles tendances de la profession.

- Le 13 février dernier, 44 adhérents ont assisté à une présentation des festivités liées au 15^e anniversaire du parc Disneyland[®] Resort Paris, en présence de l'équipe commerciale Paris.

- Les 19 avril et 19 juin, pour une centaine d'adhérents, le Directeur général de l'Office, Paul Roll, a animé une conférence sur le thème « Le tourisme demain à Paris », faisant le point pour les adhérents sur les nécessaires transformations à effectuer pour s'adapter au visage de la capitale en 2020.

- Le 5 juillet, c'est le **tourisme durable** qui a réuni une quinzaine d'adhérents autour de Paul Roll et d'intervenants extérieurs engagés dans cette démarche.

■ Les éductours

L'Office continue d'organiser des éductours de découverte, destinés à des échanges, voire à des partenariats entre professionnels.

- **29 mars : musée d'Art et d'histoire du judaïsme.** Visite du musée et découverte en avant-première de l'exposition « Rembrandt et la Nouvelle Jérusalem ». Accueil par la directrice du musée autour d'un cocktail de bienvenue avec les Brasseries Flo. 60 partenaires.

- **24 avril : Paris Canal.** Accueil par le directeur commercial de Paris Canal sur le bateau « Le Canotier » pour une croisière sur la Seine et le canal Saint-Martin. 30 partenaires.

- **26 juin : Pavillon de l'Arsenal.** Découverte de l'exposition permanente « Paris, visite guidée », qui retrace les évolutions de la capitale, expliquant les paysages d'aujourd'hui et de demain. La nouvelle exposition temporaire « Logement, matière de nos villes » a été présentée par la directrice générale du site. Une centaine de partenaires.

L'Office Des chiffres, des tendances

2 juillet-31 août : les « Ambassadeurs de l'accueil »

Chaque été, la Ville de Paris, l'Office et la RATP étoffent le dispositif d'accueil des visiteurs grâce à l'opération des « Ambassadeurs de l'accueil ». Pour cette 7^e édition, outre les 26 agents d'accueil de l'Office, 150 « Ambassadeurs » sont mobilisés entre Office et RATP sur quelque 40 points pour informer les visiteurs de la capitale.

Côté Office, des kiosques saisonniers ont ouvert à Champs-Élysées-Clemenceau, Notre-Dame, Hôtel de Ville, Bastille et Paris Plages. De jeunes Ambassadeurs se trouvaient, le 7 juillet, sur le parcours de la Chasse aux trésors de Paris.

Cette opération doit sa longévité à la volonté de Jean-Bernard Bros, Adjoint au Maire de Paris chargé du tourisme. Elle illustre la stratégie de proximité de la Ville de Paris, et de son Office du Tourisme, avec ses visiteurs et les Parisiens. De plus, elle favorise la découverte de la très riche programmation estivale.

Pour la deuxième année consécutive, l'Office s'est vu confier par la Ville l'entière gestion de l'opération. Pour en assurer le succès, il mobilise l'ensemble de ses services.

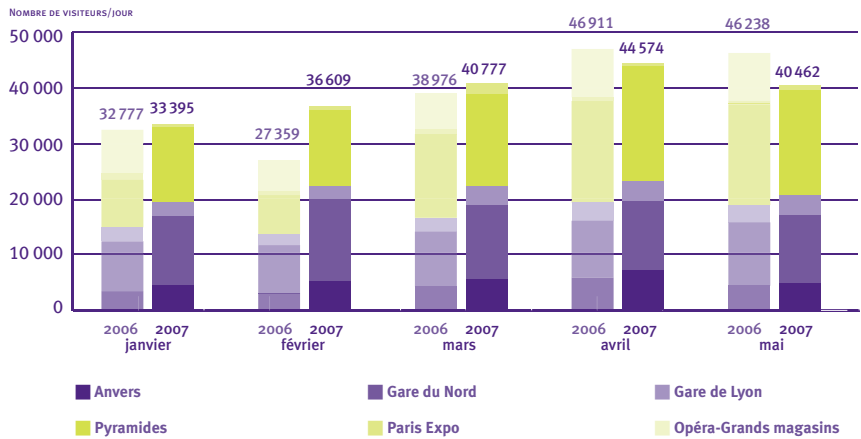
L'identité visuelle 2007 est déclinée en fuchsia et vert chartreuse ; ces couleurs habillent les kiosques des Ambassadeurs et les stands de la RATP, et se retrouvent sur les outils de communication qui accompagnent l'opération.

Les points saisonniers sont dotés des mêmes outils informatiques que les points pérennes. L'Office a recruté et gère une trentaine de jeunes saisonniers, formés avec le concours des professionnels parisiens et d'institutions (notamment la Ville de Paris, la préfecture de police, etc.).

Les Ambassadeurs, reconnaissables au « i » apposé sur leurs t-shirts, sont polyglottes. Prodigant conseils et astuces pour découvrir un Paris classique ou plus insolite, ils proposent la panoplie des guides et plans de l'Office, dont la brochure *J'aime l'été à Paris*, programme des manifestations phares de l'été. Ce numéro spécial, bilingue français anglais, est édité à 1 million d'exemplaires. Il est également distribué sur les stands de la RATP, où les Ambassadeurs conseillent les touristes sur leurs déplacements, et par les 700 professionnels adhérents de l'Office qui, pour la quatrième année consécutive, renforcent son action.

La Ville de Paris soutient la communication par des messages de bienvenue en cinq langues sur ses 170 journaux électroniques.

Fréquentation des bureaux OTCP de janvier à mai 2007*



195 817 visiteurs ont été renseignés dans les bureaux de l'Office entre janvier et mai 2007, une fréquentation en hausse de 2% sur 2006*.

* Changement de méthode de comptabilisation des visiteurs : en dehors du Bureau central du 25, rue de Pyramides (où les visiteurs sont comptabilisés au mois), la fréquentation des autres bureaux est mesurée en alternance tous les trois mois.

Si l'on en croît le succès de l'édition 2006, avec 194 000 touristes renseignés, les « Ambassadeurs de l'accueil » seront au cœur de l'animation estivale 2007.

Enfin, Coupe du monde de rugby oblige, les kiosques Champs-Élysées-Clemenceau et Hôtel-de-Ville resteront ouverts jusqu'au 20 octobre. **Retrouvez le dispositif d'accueil de l'été 2007 sur www.parisinfo.com**

Le service courrier et le serveur vocal

accusent une baisse de janvier à mai 2007 par rapport à la même période en 2006 (-6% pour le courrier et -1% pour le serveur vocal) en faveur de l'Internet, première source d'information des visiteurs.

0 892 68 3000 (0,34 €/min)

19 325 appels ont été traités entre janvier et mai 2007 (contre 19 546 entre janvier et mai 2006), une baisse de -1% sur 2006.

Réservations hôtelières

Entre le 1^{er} janvier et le 31 mai 2007, 7 397 réservations hôtelières ont été effectuées via le système FastBooking. Ce total inclut les réservations effectuées par les agents d'accueil de l'Office (1 631 réservations en 2007 contre 1 919 sur la même période en 2006) et les réservations en ligne sur www.parisinfo.com (5 766 réservations en 2007 contre 7 187 sur la même période en 2006).

Le multimédia, des actions, des résultats

La boutique en ligne se perfectionne

Ouverte en septembre 2006, la boutique Internet du site Parisinfo.com s'est dotée en mai dernier d'un système de panier d'achat qui permet d'acheter les produits touristiques au gré de la visite sur le site. Un nouveau service d'expédition a également été mis en place pour les résidents de la CEE. Pour les habitants des autres pays, le retrait des produits s'effectue toujours au bureau central de l'Office. En outre, le site fait désormais sa publicité sur tous les présentoirs du réseau FBS.

www.parisinfo.com

► Les visites

Mai 2007 : 653 935
Janvier-mai 2007 : 2 823 945
Soit -1,51% par rapport à 2006 (2 867 313 visites)

► Les pages vues

Mai 2007 : 4 988 364
Janvier-mai 2007 : 23 316 704
Soit 2,97% par rapport à 2006 (22 644 804 pages vues)

► Les visiteurs

Mai 2007 : 605 975
Janvier-mai 2007 : 2 613 038
Soit -2,20% par rapport à 2006 (2 671 741 visiteurs)