



# STRATÉGIE TOURISME 2022

Schéma de développement touristique



# SOMMAIRE



- 3 ÉDITORIAL
- 4 UNE DÉMARCHE PARTICIPATIVE
- 5 LES CHIFFRES-CLÉS
- 6 DES ATOUTS EXCEPTIONNELS
- 7 DES DÉFIS À RELEVER
- 10 UNE STRATÉGIE AMBITIEUSE

**OFFRIR**  
DES EXPÉRIENCES **UNIQUES**

11

**PARTAGER**  
UNE VILLE **BIENVEILLANTE**

16

**CULTIVER**  
UN TOURISME **DURABLE**

20

**CONFORTER**  
UNE DESTINATION **PERFORMANTE**

23

PLAN D'ACTION  
OPÉRATIONNEL

26



# ÉDITORIAL



*À Paris, première destination au monde, le tourisme s'est affirmé historiquement comme une ressource économique majeure.*

*Le secteur représente chaque année près de 40 milliards d'euros de retombées économiques pour l'Île-de-France, il génère ainsi 524 000 emplois salariés.*

*Ce secteur connaît globalement une croissance importante, entraînée par la forte demande des pays émergents. Le tourisme international devrait donc continuer à se développer à un rythme soutenu, de l'ordre de + 5 % par an.*

*Dans ce contexte, j'ai souhaité que Paris se dote d'une stratégie globale pour le tourisme, incarnée par ce premier Schéma de développement touristique. Celui-ci fixe un cap de six ans pour parvenir à valoriser encore davantage les atouts de notre capitale et réaliser de nouveaux progrès.*

*Il recense, dans ce but, de nombreuses propositions d'actions concrètes.*

*Il permettra notamment de développer de nouvelles offres dans des territoires moins connus des touristes, comme Montparnasse et le quartier des artistes, les Faubourgs festifs du 11<sup>e</sup>, Chinatown et le street art, le Paris vert de Bastille au bois de Vincennes, les Canaux romantiques ou le Broadway parisien de Pigalle aux Grands Boulevards...*

*Nous valoriserons également de grands axes structurants de l'identité parisienne, comme la vie nocturne, le tourisme LGBT, le tourisme vert ou encore les circuits métropolitains, en particulier dans le cadre de notre candidature aux JO de 2024.*

*Ce schéma est le fruit d'un travail approfondi avec l'ensemble des acteurs du secteur réunis au sein du Comité de la destination Paris. De juin à décembre 2015, des groupes de travail thématiques du Comité ont permis d'en définir les grands axes.*

*Le schéma propose une stratégie collective ambitieuse pour renforcer la place de Paris comme première ville touristique au monde – mais également pour en faire la capitale qui accueille le mieux, grâce à un tourisme qualitatif et durable.*

*Ce plan doit permettre d'accroître le rayonnement de Paris en valorisant ses multiples visages et atouts : parfois perçue comme une ville-musée, elle est avant tout une capitale moderne, cosmopolite et innovante, ouverte sur le monde.*

*Paris a tant à offrir. Elle est la seule ville au monde qui puisse combler tous les publics, tous les rêves et tous les espoirs. Le nouveau Schéma de développement touristique renforcera sa dynamique touristique ambitieuse, durable et vertueuse.*

**Anne HIDALGO**

# UNE DÉMARCHE PARTICIPATIVE



Au sein du champ des politiques publiques municipales, le tourisme a la particularité d'être un service majoritairement délivré par le secteur privé : hôtellerie, restauration, activités de loisirs ou transports. C'est ainsi avant tout un rôle d'impulsion, de coordination et d'investissement en faveur des infrastructures collectives qui revient à la Ville. Il s'agit de donner un cap et d'apporter une ambition partagée à ce secteur parfois disparate – en somme, de jouer un rôle de stratégie pour la première industrie de Paris.

La réussite de la stratégie de développement touristique repose donc sur la mobilisation de l'ensemble des acteurs du tourisme parisien. C'est pourquoi le Schéma de développement touristique de Paris a été élaboré selon une méthode participative, en concertation étroite avec les professionnels du secteur réunis au sein du Comité de la destination Paris.

Instauré par la maire de Paris le 19 juin 2015, ce comité rassemble 400 acteurs du tourisme parisien. Pour la première fois, l'ensemble des secteurs concernés (hôtellerie, restauration, commerce, culture, transports, agences de voyages et institutions) sont réunis au sein d'une même instance afin d'élaborer une stratégie commune d'amélioration de l'accueil touristique à Paris.

Cette méthode a permis d'aboutir à un document directeur, qui mobilise de manière transversale l'ensemble des politiques municipales et de l'écosystème du tourisme parisien.

Ce schéma a été élaboré en trois étapes de mars 2015 à septembre 2016.

## DIAGNOSTIC

Pour identifier les forces et les faiblesses de la destination Paris, un diagnostic a été réalisé de mars à juin 2015.

Ainsi, 120 entretiens ont été menés avec les professionnels du tourisme parisien. Par ailleurs, deux études ont été effectuées par des cabinets spécialisés :

- une enquête sur les freins à la venue à Paris conduite par l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris en collaboration avec le cabinet BVA ;
- une analyse comparative internationale sur les solutions innovantes dans le tourisme, réalisée par le cabinet TCI Research.

## CONCERTATION

Afin de définir la stratégie de développement touristique de Paris, une concertation avec les professionnels s'est déroulée de juin à décembre 2015.

Sept groupes de travail, mobilisant au total 200 membres du Comité de la destination Paris, ont été constitués et pilotés par des professionnels du tourisme. L'objectif était de réfléchir aux enjeux stratégiques mis à jour lors du diagnostic.

Cette phase de concertation a permis d'identifier les grands axes stratégiques et les premières pistes d'action du schéma présentés lors d'une réunion plénière du Comité de la destination Paris, le 18 décembre 2015.

## PLAN D' ACTIONS

Élaboré de janvier à juin 2016, il décline de manière concrète et opérationnelle les axes stratégiques du schéma.

Au total, 59 fiches-actions ont été conçues de manière transversale, en mobilisant l'ensemble des cabinets et des directions concernés au sein de la Ville de Paris et en lien étroit avec les membres du Comité de la destination Paris.

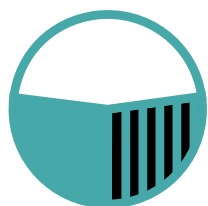
Le plan d'actions sera réalisé en 6 ans, suivant deux phases :

- 2017-2019 : lancement des 59 actions et réalisation achevée de 44 d'entre elles,
- 2019-2022 : livraison des 15 actions restantes, nécessitant une ingénierie approfondie ou des investissements de moyen terme.

Le détail du calendrier de mise en œuvre figure dans le plan d'actions en annexe.

## LES CHIFFRES-CLÉS

# 47 MILLIONS DE TOURISTES À PARIS ET EN ÎLE-DE-FRANCE EN 2015



**46 %** de Français

**54 %** d'étrangers,  
dont **la moitié**  
d'Européens

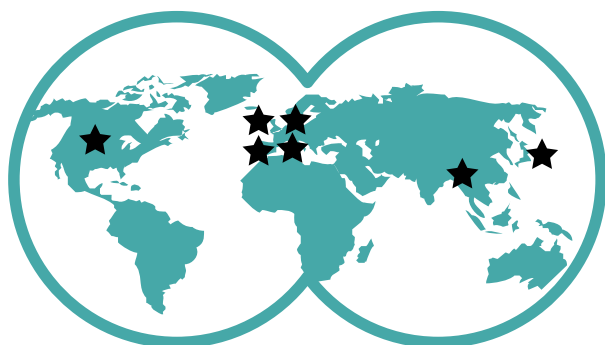
**74 %** de repeaters

**26 %** de primo-visiteurs



**1/3** de touristes d'affaires

**2/3** de touristes de loisirs



### LE TOP 7 DES PAYS VISITEURS DU GRAND PARIS EN 2015

Arrivées hôtelières

**USA** ..... 1,8 M

**ROYAUME-UNI** ... 1,2 M

**CHINE**..... 746 000

**ALLEMAGNE** ..... 725 000

**ITALIE** ..... 621 000

**ESPAGNE** ..... 608 000

**JAPON** ..... 481 000

### UNE LOCOMOTIVE POUR L'ÉCONOMIE ET L'EMPLOI PARISIENS



**48 MILLIONS** de nuitées  
hôtelières dans le Grand  
Paris en 2015

Près de  
**40 MILLIARDS  
D'EUROS**

de consommation  
touristique  
en Île-de-France

**524 000  
EMPLOIS**,  
soit 10 %  
de l'emploi salarié  
de la région  
en 2015

### UNE QUALITÉ D'OFFRE ET D'ACCUEIL DES TOURISTES UNIQUE



**93 %** des visiteurs  
se déclarent satisfaits  
de l'ensemble  
de leur séjour

**57 %** des visiteurs  
ont l'intention de revenir  
dans l'année

# DES ATOUTS EXCEPTIONNELS

Avec 46,7 millions de touristes en Île-de-France en 2015<sup>1</sup>, **Paris est l'une des premières destinations touristiques mondiales**, aussi bien pour les loisirs que pour les affaires.

Paris doit cette position de leader à ses atouts exceptionnels. La capitale est l'une des rares villes au monde capable d'offrir une expérience adaptée au profil de chaque visiteur, mais aussi une vraie qualité de vie, avec une excellente connectivité ainsi que des infrastructures d'accueil et un service de qualité.

- **Paris est la ville d'art et d'histoire par excellence** : elle a une offre culturelle d'une richesse inégalée, avec plus de 200 musées, 1 000 galeries d'art ainsi que des centaines d'expositions et d'événements au rayonnement international.

- **C'est une ville monumentale** : le patrimoine parisien compte plus de 2 000 monuments historiques, parmi lesquels les sites les plus fréquentés au monde, comme la cathédrale Notre-Dame-de-Paris, la basilique du Sacré-Cœur, la tour Eiffel, la chapelle Notre-Dame de la Médaille miraculeuse, ou encore l'Arc de Triomphe. Ces monuments ont reçu près de 25 millions de visiteurs en 2015.

- **Paris est la capitale de la gastronomie** : avec 14 000 cafés et restaurants, 82 marchés et 90 restaurants étoilés, elle est au cœur de l'art de vivre à la parisienne. C'est une gastronomie vivante, qui fait place à toutes les traditions culinaires du monde et illustre ainsi la vie cosmopolite et le partage des cultures propres à l'âme de Paris.

- **Paris est l'une des destinations de shopping les plus prisées au monde**, grâce à la richesse et à la singularité de son tissu commercial. Ce dernier compte les plus grandes marques de luxe et huit grands magasins, mais aussi une multitude d'artisans et de créateurs aux savoir-faire uniques, sans oublier les 240 bouquinistes qui font le charme de la capitale.

- **Paris est une ville festive**, à la pointe de l'avant-garde, offrant des expériences insolites et des lieux inattendus. Paris de nuit, c'est 67 salles de concert, 265 théâtres et cabarets, 285 écrans de cinéma, 3 opéras, près de 200 clubs, 10 000 bars et restaurants, 300 événements chaque soir, plus de 100 concerts et les plus grands festivals de musique européens.

- **Paris est une ville verte** : avec ses deux grands bois, ses 400 squares, parcs et jardins, ses berges de Seine piétonnes, ses canaux, sa promenade plantée, ses 700 kilomètres de pistes cyclables (le double en 2020), Paris est une ville idéale pour se promener à pied ou à vélo.



- **Paris est l'une des villes les mieux connectées au monde** grâce à sa position centrale en Europe et à son excellente desserte aérienne et ferroviaire. La puissance du système aéroportuaire parisien réside dans la complémentarité de ses 4 grands sites : Roissy-Charles-de-Gaulle (1<sup>er</sup> hub européen), Paris-Orly (2<sup>e</sup> aéroport français), Paris-Le-Bourget (1<sup>er</sup> aéroport d'affaires européen) et Beauvais-Tillé, renforcé par la montée en puissance des lignes low cost.

De plus, grâce à ses sept grandes gares, dont la gare du Nord – la première en Europe en termes d'arrivées internationales –, Paris est très bien connecté aux villes françaises et aux principales métropoles européennes.

- **Paris est doté d'infrastructures de qualité et d'une capacité d'accueil exceptionnelle** : avec 116 000 chambres, le Grand Paris dispose du deuxième plus grand parc hôtelier au monde et d'une offre très diversifiée et qualitative. Son réseau de transports en commun compte parmi les plus performants au monde grâce à son maillage extrêmement dense.

- **Paris est la 1<sup>ère</sup> ville de congrès et de salons au monde** : le secteur Mice (Meeting – Incentive – Congress – Events) est l'un des moteurs du tourisme parisien puisqu'il représente le tiers des visiteurs à Paris et plus de 40 % des nuitées hôtelières. Paris accueille chaque année environ 1 000 congrès et 400 salons représentant plus de 5 milliards d'euros de retombées économiques. La capitale dispose de la plus grande surface d'exposition d'Europe<sup>2</sup>, et d'un savoir-faire inégalé en matière d'accueil de grands événements.

1. Source : CRT Paris – Île-de-France

2. Source : classement 2015 de l'ICCA



- **Paris est la ville qui accueille le monde** : des premières expositions universelles à la COP 21 et l'Euro 2016, Paris excelle dans l'organisation des grands événements internationaux.

- **Paris est une ville de liberté** : la capitale incarne partout dans le monde les droits de l'Homme. C'est une ville de tolérance, qui défend les libertés individuelles et la liberté de la presse, où chacun peut évoluer librement, sans subir de discriminations.

- **Paris offre une excellente qualité d'accueil et de services** : le taux de satisfaction globale des visiteurs à Paris s'élève à 93 %<sup>3</sup>, grâce à des prestations de qualité et au professionnalisme des acteurs du tourisme parisien, mais aussi à la qualité de vie exceptionnelle de la capitale et à un art de vivre apprécié par les visiteurs du monde entier.

## LES DÉFIS À RELEVER

### UNE POSITION DE **LEADER MONDIAL** DU TOURISME DE PLUS EN PLUS CONCURRENCÉE

Avec une croissance mondiale estimée à 4 % par an entre 2014 et 2030<sup>4</sup>, le tourisme est l'un des secteurs économiques mondiaux les plus dynamiques, ainsi qu'une locomotive pour l'économie et l'emploi parisiens.

Toutefois, dans un environnement international extrêmement concurrentiel, la position historique de capitale mondiale du tourisme de Paris doit être défendue.

Dans le domaine du tourisme de loisirs, Paris est de plus en plus concurrencé par les grands pays émergents (Brésil, Inde, Chine, Afrique du Sud, Mexique, Russie...) et par des destinations régionales vers lesquelles se recentrent les populations de ces pays en croissance, comme le Sud-Est

asiatique dans le cas des Chinois, en particulier. Cependant, la concurrence vient d'abord d'Europe. L'Espagne est devenue la première destination des touristes européens, devant la France et l'Italie. De plus, Paris ne bénéficie pas autant que d'autres destinations de la croissance du segment des « city-breakers » européens, des voyageurs qui profitent de week-ends prolongés pour faire du tourisme urbain. Depuis une dizaine d'années, Paris se laisse ainsi devancer par les grandes villes voisines (Berlin, Amsterdam, Londres, Barcelone...), qui ont su structurer leur offre et leur image pour attirer cette clientèle.

Dans le domaine du tourisme d'affaires, Paris voit sa position de leader concurrencée par certaines grandes capitales européennes comme Berlin, Barcelone ou Vienne, mais aussi par des destinations émergentes telles que Singapour, Istanbul ou encore Kuala Lumpur. Ces dernières investissent massivement dans leurs infrastructures d'accueil de grands événements professionnels et déploient des dispositifs de plus en plus compétitifs pour attirer les organisateurs de manifestations.

Plus globalement, depuis 2015, le ralentissement de la croissance des pays émergents (Chine et Brésil, en particulier) et de certains marchés historiques (Russie, Japon), pour des raisons géopolitiques ou de cours des devises, a bridé le moteur de croissance que constituaient ces nouveaux marchés.



3. Source : enquête de satisfaction globale du CRT Paris – Île-de France  
4. Source : OMT



Si le recul de la position de Paris peut en partie s'expliquer de façon contextuelle par la menace terroriste, il est principalement dû à des questions plus organiques d'infrastructures touristiques, de connectivité et à des enjeux macro-économiques.

- Les années 2015 et 2016 ont été marquées par une recrudescence des attaques terroristes en France et en Europe. Ces événements ont eu un impact majeur sur la fréquentation touristique à Paris. Cette dernière a ainsi reculé de 1,1 % dans le Grand Paris entre 2014 et 2015 du fait des attentats de janvier et novembre 2015. La Ville de Paris a donc déployé en 2016, en lien avec le ministère des Affaires étrangères et du Développement international ainsi que les grands acteurs touristiques, **un plan de relance du tourisme** pour soutenir le secteur et accélérer le retour à la normale de la fréquentation.
- Cependant, le ralentissement de la fréquentation touristique à Paris s'explique par des raisons plus structurelles, liées **au coût de la destination, à des enjeux de connectivité et à la qualité des infrastructures d'accueil et du service**. Paris possède en effet le 2<sup>e</sup> parc hôtelier le plus cher au monde et manque de lignes low cost pour desservir la destination. De plus, le niveau de satisfaction globale des touristes est très bon, mais certains fondamentaux pourraient encore être améliorés, comme la propreté ou la maîtrise des langues étrangères, par exemple.
- Au-delà d'actions de soutien conjoncturelles, le Schéma de développement touristique vise donc à **améliorer à long terme les atouts structurels du tourisme parisien, à savoir la qualité de l'offre, de l'accueil et des infrastructures touristiques**.

## NOS AXES DE **PROGRÈS**

**Investir toujours plus dans les infrastructures d'accueil pour garantir un haut niveau de services et faire face à l'augmentation des flux.**

Paris dispose de l'une des meilleures connectivités au monde, en termes de capacité comme de diversité de l'offre : toutes clientèles confondues, les touristes viennent à Paris en avion (45 %), en train (30,5 %) ou par la route (24,5 %). Cependant, dans un contexte de croissance du nombre de touristes de 5 % par an, Paris doit augmenter et moderniser ses capacités infrastructurelles pour demeurer la première ville touristique au monde :

- **poursuivre les investissements et adapter la réglementation** pour développer les capacités aéroportuaires, afin de répondre à l'augmentation des flux et d'améliorer la connexion avec Paris ;
- **moderniser les gares parisiennes et développer les créneaux ferroviaires** arrivés à saturation ;
- **réorganiser le transport en autocars** en créant les conditions de sa durabilité conformément aux enjeux de gestion de l'espace public et d'amélioration de la qualité de l'air ;
- **repenser le transport fluvial** en adaptant les installations à l'essor que connaît la filière des croisières (30 000 passagers en 2009 contre 90 000 en 2015).

**Riche d'une capacité hôtelière de plus de 116 000 chambres, Paris dispose du deuxième parc hôtelier au monde, qui poursuit sa croissance avec un plan hôtelier ambitieux de 12 000 chambres à l'échelle métropolitaine.** Le secteur de l'hébergement touristique continue d'être



dynamique grâce à la mobilisation de nombreux investisseurs hôteliers et au développement des plates-formes numériques. Néanmoins, pour faire face à l'augmentation des flux touristiques, et améliorer l'accessibilité financière de Paris et l'attractivité de la destination auprès de tous les publics, il s'agit de :

- **mobiliser le foncier parisien** pour concrétiser les objectifs de livraison de nouveaux hôtels ;
- **accentuer la métropolisation du plan hôtelier** afin de faire bénéficier l'ensemble de ce territoire des retombées liées au tourisme ;
- **diversifier les types d'hôtels** afin de permettre le développement du tourisme des jeunes et des familles ;
- **réguler l'offre de location de meublés touristiques**, afin de garantir la pérennité de cette forme d'hébergement, tout en préservant la priorité politique de la ville – le logement –, et en permettant l'équité avec le secteur hôtelier.

### **Renouveler et valoriser la diversité de l'offre touristique pour faire découvrir Paris hors des sentiers battus et recréer un sentiment d'urgence de la visite.**

Paris est la ville d'art et d'histoire par excellence. La capitale dispose d'une offre culturelle et patrimoniale extrêmement riche, dont les enjeux sont avant tout la mise en scène du renouvellement permanent de l'expérience vécue, grâce à des sites intemporels et à l'attractivité de l'expérience de visite patrimoniale.

De plus, à Paris, les flux touristiques ont tendance à se concentrer sur les sites « classiques » – les grands monuments et musées situés essentiellement dans les huit premiers arrondissements de Paris (la tour Eiffel, Notre-Dame-de-Paris, le quartier latin, le Louvre, le musée d'Orsay, le Sacré-Cœur, l'Arc de Triomphe et les Champs-Élysées) – avec des effets de saturation de l'hyper-centre. Ces derniers doivent être maîtrisés pour préserver le cadre de vie des habitants et améliorer la qualité de l'expérience de visite.

**À l'inverse, les offres touristiques alternatives ou situées hors des sentiers battus sont encore à un stade précoce de leur développement** : à titre d'exemple, les sorties nocturnes sont pratiquées par seulement 22 % des touristes et la visite des parcs et jardins parisiens n'est pratiquée que par 1/3 d'entre eux, alors que Paris dispose d'un très beau patrimoine naturel.

**Paris doit donc diversifier la nature ainsi que la répartition dans le temps et dans l'espace de l'offre touristique :**

- **travailler des marchés de niche** (tourisme nocturne, vert, de mémoire, de savoir-faire...), afin de répondre aux attentes de nouveaux publics, de renouveler son image et de faire découvrir de nouvelles facettes de la capitale : comme le « Paris des Parisiens » ;
- **événementialiser l'offre touristique** afin de recréer un sentiment d'urgence de la visite, d'attirer les jeunes city-breakers européens et de provoquer le désir de revenir à Paris ;
- **organiser et dynamiser l'offre touristique autour de nouveaux quartiers** afin de faire bénéficier l'ensemble du territoire parisien des retombées économiques du tourisme et de permettre la désaturation du centre de Paris.

### **Innover au service de l'amélioration constante de l'accueil des visiteurs.**

Le taux de satisfaction globale des visiteurs à Paris s'élève à plus de 90 %<sup>5</sup>. Il démontre que les supposées faiblesses de cette destination n'entraînent pas de dégradation significative de la qualité ressentie de la visite. Néanmoins, il est indispensable de demeurer intransigeant et volontariste sur les standards de l'accueil :

- **développer la capacité à informer et à orienter les touristes** en encourageant les professionnels à maîtriser davantage les langues étrangères, en améliorant l'information touristique tout au long du séjour et en favorisant la rencontre et l'échange entre touristes et habitants ;
- **améliorer l'accès aux grands sites touristiques et réduire le temps d'attente des visiteurs** en modernisant les systèmes de billetterie et en réorganisant la gestion des flux.



5. Source : enquête de satisfaction du CRT Paris – Île-de-France



## UNE STRATÉGIE **AMBITIEUSE**

**Notre vision : « En 2022, Paris est la ville qui accueille le plus de visiteurs au monde, mais aussi la ville qui accueille le mieux au monde, grâce à un tourisme de qualité, durable, gisement d'emplois et source de rayonnement international. »**

**Pour atteindre cette ambition, la Ville de Paris a défini, en concertation avec les acteurs du secteur touristique réunis au sein du Comité de la destination Paris, une stratégie ambitieuse de développement du tourisme à l'horizon 2022, s'articulant autour de 4 axes.**

### **OFFRIR DES EXPÉRIENCES UNIQUES**

L'unique ville au monde capable de proposer une offre touristique variée, singulière, dévoilant toujours de nouveaux lieux et expériences et permettant à chacun de construire le séjour qui lui ressemble.

### **PARTAGER UNE VILLE BIENVEILLANTE**

Une ville accueillante et ouverte sur le monde, qui prend soin de ses visiteurs tout au long de leur séjour, en offrant une expérience de visite fluide, adaptée aux besoins de chacun, et où les habitants sont parties prenantes de l'expérience touristique.

### **CULTIVER UN TOURISME DURABLE**

Une ville harmonieuse, grâce à un modèle de développement touristique solidaire, durable et respectueux de son environnement et des habitants.

### **CONFORTER UNE DESTINATION PERFORMANTE**

Une ville qui se donne les moyens pour atteindre ses ambitions touristiques et dynamiser la croissance du secteur.

# OFFRIR



# DES EXPÉRIENCES UNIQUES

Paris est une ville d'art et d'histoire. Sa culture et son patrimoine constituent le premier motif de visite et sont une source de rayonnement international. Néanmoins, la Ville Lumière a tendance à être perçue comme une « ville-musée », figée et intemporelle, à visiter une fois dans sa vie, mais sans urgence particulière. Le défi de Paris est de réussir à renouveler son offre touristique, pour créer ce sentiment d'urgence et l'envie de revenir régulièrement.

Pour atteindre cet objectif, Paris doit proposer une expérience touristique adaptée au profil de chacun : visiteurs de loisirs ou d'affaires, amateurs de culture, de patrimoine, de gastronomie, de shopping, de nature, d'histoire et de mémoire, d'artisanat, de sport, de fêtes... Il s'agit de diversifier l'offre touristique de la capitale en travaillant des marchés de niche tels que la nuit, le tourisme de savoir-faire ou de mémoire, ou encore les balades urbaines, mais également de dévoiler les facettes méconnues de Paris en suggérant de nouveaux quartiers à découvrir.

## CONFORTER

### LES ATOUTS DE PARIS

- **Optimisation de l'accueil à la tour Eiffel, rénovation de l'Arc de Triomphe, des lieux culturels et culturels parisiens, amélioration de l'éclairage de Paris** pour sublimer les lieux et monuments emblématiques du patrimoine, réaménagement et animation des Champs-Élysées.
- **Création de saisons parisiennes, traduction et diffusion de la programmation culturelle à l'international** pour faire rayonner la création artistique de la capitale.
- **Développement du tourisme de savoir-faire, création d'un label « fabriqué à Paris » et soutien aux commerçants et artisans** pour préserver la qualité de l'expérience de shopping à Paris et faire découvrir les savoir-faire parisiens.
- **Création de lieux-vitrines de la gastronomie parisienne** pour faire découvrir la richesse de ce patrimoine culinaire.
- **Modernisation des infrastructures d'accueil des événements professionnels et mise en œuvre de dispositifs volontaristes d'accueil des grands congrès et salons** pour maintenir la place de leader de Paris en matière de tourisme d'affaires.



### Amélioration de l'éclairage et de l'accès de l'Arc de Triomphe

#### ► FICHE-ACTION 3

Avec 1,5 million de visiteurs en 2015, l'Arc de Triomphe est l'un des monuments les plus visités et les plus emblématiques de Paris. Afin de préserver la puissance iconique de ce monument et la qualité d'accueil des visiteurs, la Ville va entreprendre une ambitieuse rénovation patrimoniale, avec une refonte complète de l'éclairage et du réaménagement du souterrain d'accès au monument.





## Création de lieux-vitrines de la gastronomie parisienne

### ► FICHE-ACTION 11

La création de la Cité de la Gastronomie à Rungis, d'un nouveau lieu destiné à la promotion des chefs au pavillon de l'Élysée ou encore de la plate-forme d'innovation « smart-food » conforteront la place de Paris en tant que capitale de la gastronomie. Des campagnes de promotion seront menées régulièrement pour valoriser la richesse de son patrimoine culinaire, à découvrir dans ses 14 000 cafés et restaurants, ses 80 marchés alimentaires et ses multiples commerces de bouche.

## RENFORCER

### LES SECTEURS ÉMERGENTS

- **Mise en œuvre d'un plan ambitieux de promotion des nuits parisiennes à l'international** pour mieux faire connaître la richesse de l'offre d'activités nocturnes (cafés, bars, théâtres, cabarets, cirques, discothèques, festivals...) et faire de Paris une destination festive de référence.
- **Structuration de l'offre de tourisme LGBT** pour affirmer l'identité gay-friendly de Paris et continuer à en faire un rempart contre l'homophobie et toute forme de discrimination.
- **Développement du tourisme urbain**, grâce à des balades diversifiées, pour faire découvrir la ville hors des sentiers battus : un Paris alternatif, le « Paris des Parisiens ».
- **Accueil d'au moins un grand événement international chaque année** (de l'Euro 2016 aux JO 2024) pour faire rayonner la capitale dans le monde entier.

- **Réaménagement des berges de Seine, lancement de l'appel à projets « Réinventer la Seine » et développement de la baignade et des activités nautiques** pour accompagner l'essor du tourisme fluvial et faire de la Seine et des canaux un levier d'attractivité.



## CRÉER DE NOUVELLES OFFRES

Paris est encore peu présent dans certains domaines ou pendant certaines saisons, alors qu'il possède un fort potentiel et des richesses sous-exploitées.

- **Ouverture de la petite ceinture, création de fermes urbaines, de festivals et d'animations dans les bois et jardins, et développement des balades du « Paris durable »**, pour que Paris s'affirme en tant que destination verte, et capitalise sur son patrimoine naturel exceptionnel encore méconnu : ses bois, parcs et jardins, sa promenade plantée, ses vignes, ses ruches ou encore ses jardins partagés.
- **Création de parcours et d'événements touristiques autour de l'histoire et de la mémoire de Paris et amélioration de la qualité des visites au Père Lachaise**, pour attirer les visiteurs passionnés par la profondeur historique de Paris et faire connaître cette richesse au plus grand nombre.
- **Création d'événements dans les périodes creuses et de « saisons parisiennes » rythmant l'année touristique**, pour garantir des expériences à tous les moments, renforcer l'attractivité des mois creux et susciter un sentiment d'urgence de la visite de Paris.





## Promotion des nuits parisiennes à l'international pour faire de Paris une destination festive

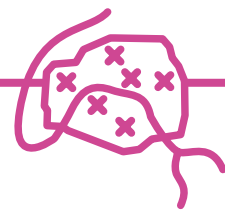
### ► FICHE-ACTION 12

La Ville a élaboré avec les professionnels de la nuit un plan d'actions ambitieux pour défendre et promouvoir les nuits parisiennes à l'international en s'appuyant sur 265 théâtres et cabarets, 4 000 terrasses ouvertes la nuit, 200 clubs, 100 concerts par soir... Ces dernières figurent parmi les plus dynamiques au monde. Il s'agit, par conséquent, de faire connaître Paris la nuit et de le rendre accessible à tous, en organisant des événements exceptionnels comme Nuit Blanche, des accueils d'influenceurs et des opérations de promotion, mais aussi en expérimentant un « pass nuit » ou encore en structurant une offre d'afterworks pour les visiteurs d'affaires.



## DÉVOILER DE NOUVEAUX TERRITOIRES

- **Création de marques de quartiers** pour faire émerger de nouveaux quartiers à découvrir et dévoiler aux visiteurs des facettes méconnues de la capitale – le « Paris des Parisiens », hors des sentiers battus –, mais aussi pour permettre à l'ensemble du territoire parisien de bénéficier des retombées économiques et sociales liées au tourisme.
- **Développement d'offres touristiques à l'échelle du Grand Paris**, autour du tourisme fluvial, de la nuit, des grands événements ou encore du tourisme d'affaires. Objectif : faire de Paris une véritable porte d'entrée pour la métropole et la région.



## Création de marques de quartiers pour faire émerger les nouveaux quartiers touristiques de Paris

### ► FICHE-ACTION 22

Des « marques de quartiers » seront créées pour faire émerger de nouveaux territoires touristiques (Montparnasse, Chinatown, les Canaux, le Broadway Parisien, le Paris Nature, Belleville-Ménilmontant-Père Lachaise, les Faubourgs...). Il s'agira de faire découvrir aux visiteurs les facettes méconnues de la capitale, le « Paris des Parisiens », hors des sentiers battus. Autre objectif : libérer les flux touristiques concentrés dans l'hyper-centre et permettre à tout le territoire de bénéficier des retombées économiques liées au tourisme.

16/17

Stratégie Tourisme 2022

# PARTAGER





# UNE VILLE BIENVEILLANTE

Paris entend offrir à ses visiteurs un **accueil chaleureux de qualité**, pour leur proposer une expérience fluide, joyeuse et sereine. La Ville mobilisera les professionnels et les habitants pour leur assurer **une bonne hospitalité**. Elle investira donc dans tous les **outils et les équipements nécessaires pour leur garantir sécurité, confort et information** tout au long de leur séjour, quels que soient leur langue, leur budget et leurs besoins spécifiques.

## UNE VILLE « SANS COUTURE »

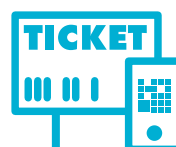
Paris souhaite faciliter l'expérience de ses hôtes pour devenir **une ville sans file d'attente et aux billetteries dématérialisées**. La ville constituera ainsi un **groupement d'intérêt avec les acteurs touristiques volontaires pour :**

- **améliorer la gestion de l'affluence et réduire le temps d'attente des visiteurs** sur les sites ;
- **dématérialiser les billetteries** sur l'ensemble du territoire parisien, en particulier, grâce à la numérisation progressive du **Paris Passlib'**.

## UNE VILLE ACCUEILLANTE ET HOSPITALIÈRE

Plusieurs actions permettront de garantir un accueil de qualité et multilingue des visiteurs par les acteurs du tourisme et les Parisiens.

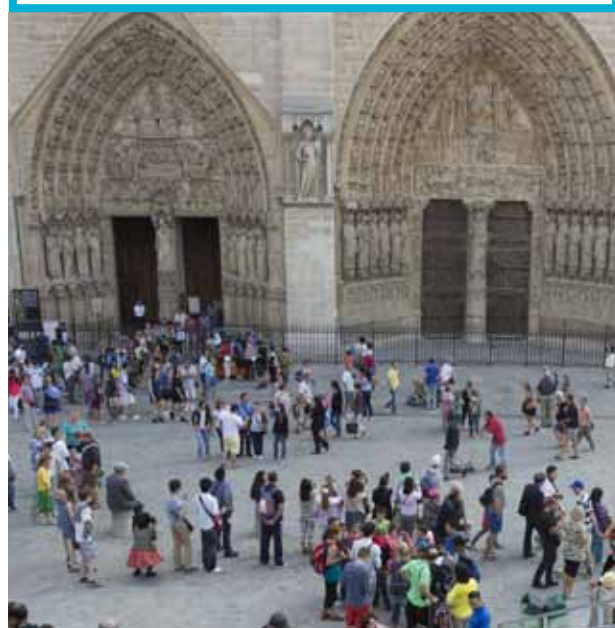
- **La modernisation des points d'accueil physiques** de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris.
- **La présence de volontaires en service civique** pour orienter les visiteurs sur les sites.
- **Le déploiement d'innovations en matière de traduction instantanée, de sous-titrage et de sur-titrage** au théâtre et au cinéma, le renforcement des formations linguistiques et la diffusion des supports dans toutes les langues, en ligne et sur les lieux touristiques.



### Dématérialisation des billetteries et réduction des files d'attente

► FICHES-ACTION 24 & 25

Paris a l'ambition de devenir une ville « sans couture », dans laquelle l'expérience de visite est la plus simple et la plus fluide possible. Pour atteindre cet objectif, un groupement d'intérêt sera créé avec l'ensemble des grands sites touristiques parisiens volontaires. Il s'agira d'accélérer la dématérialisation des billetteries et d'harmoniser les technologies utilisées, mais également d'optimiser la gestion des flux et de réduire les temps d'attente.





## Renouvellement des panneaux « Histoire de Paris »

### ► FICHE-ACTION 34

Les sites parisiens remarquables sont signalés et décrits par les panneaux « Histoire de Paris » (parfois appelés « pelles Starck », du nom de leur designer). Afin d'améliorer et de rendre plus accessible l'information touristique, un nouveau marché sera lancé pour mettre en place une signalétique innovante, interactive et multilingue, au contenu enrichi.

## UNE VILLE

### ATTENTIVE À TOUS LES PUBLICS

- Paris ambitionne de rendre accessible l'ensemble des transports et des sites touristiques **aux personnes handicapées et à mobilité réduite**, et d'obtenir la marque d'État « Destination pour tous ».
- La Ville souhaite structurer une offre touristique adaptée à toute la famille.
- Elle s'efforce de développer et de promouvoir les offres gratuites et à prix réduits. L'objectif est double : combattre l'image d'une destination chère et être davantage accessible aux petits budgets.

## UNE PRISE EN CHARGE AVANT, PENDANT ET APRÈS LA VISITE

Grâce à des outils numériques et à une signalétique renouvelée, les visiteurs bénéficient d'une bonne information tout au long de leur parcours.

- Les outils de la Ville, de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris et du Comité régional Paris Île-de-France seront davantage mutualisés (sites web, réseaux sociaux, application « Que faire à Paris »). En outre, un système de gestion de la relation clients (CRM) sera déployé à l'échelle de la destination, afin de doter Paris de dispositifs d'information et d'échange avec ses visiteurs plus performants.
- Le renouvellement des panneaux « Histoire de Paris », la mise en place d'une signalétique touristique innovante, interactive, multilingue, la création d'une assistance en ligne ou téléphonique pour les touristes et le déploiement du wifi dans l'espace public garantiront une meilleure information, en temps réel, des visiteurs.
- Le développement d'outils d'enquête et de mesure de la satisfaction, ainsi que l'installation de bornes sur les sites permettant d'évaluer le vécu de l'expérience touristique, amélioreront la fidélisation et la gestion de la satisfaction des visiteurs.





## LE CONFORT ET LA SÉCURITÉ DES TOURISTES À CHAQUE MOMENT

Paris garantira un séjour serein à ses visiteurs grâce à plusieurs actions :

- **la mise en œuvre du Plan de sécurité des touristes**, qui prévoit un ensemble de mesures fortes pour prévenir les risques d'agression, sécuriser les sites et accompagner les visiteurs en cas de problème. Une procédure de gestion de crise, en lien avec l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, sera également mise en place, en s'appuyant sur la plateforme d'innovation « Nec Mergitur » dédiée à la sécurité. Ces dispositifs viennent compléter le plan Vigipirate et le renforcement des effectifs de police dans les transports et sur les sites touristiques à l'initiative de l'État ;
- **le déploiement de moyens municipaux pour assurer le nettoyage des sites ainsi que l'augmentation du nombre de toilettes publiques** pour améliorer la propreté des lieux fréquentés et le confort des visiteurs.



### Mise en œuvre du Plan de sécurité des touristes

#### ► FICHE-ACTION 38

Le Plan de sécurité des touristes mis en œuvre par la Préfecture de Police et la Ville sera poursuivi avec une attention particulière portée au public asiatique. Ce dispositif assure une présence renforcée des effectifs de police sur les principaux sites touristiques, une meilleure information des visiteurs et l'accompagnement de ceux qui seraient victimes de faits délictueux. Par ailleurs, la Ville renforcera les moyens au service de la lutte contre les incivilités (en particulier les ventes à la sauvette et attrape-touristes), et instaurera une procédure de gestion de crise en lien avec les professionnels du secteur.

20/21

Stratégie Tourisme 2022

# CULTIVER



# UN TOURISME DURABLE

Avec plus de 21 000 habitants au km<sup>2</sup>, Paris est l'une des villes les plus denses au monde. Aussi est-il primordial que le tourisme s'y développe en préservant la **qualité de vie des Parisiens et le « bien vivre ensemble »**. La Ville s'efforcera donc de promouvoir un **tourisme de qualité, harmonieux, respectueux des équilibres économiques, sociaux et environnementaux.**

## UN TOURISME **HARMONIEUX ET SOLIDAIRE**

Le tourisme doit contribuer de manière positive au développement économique et social local. Il doit également permettre une cohabitation harmonieuse des visiteurs avec les Parisiens. La Ville y veillera grâce à quatre grands axes d'intervention.

- **L'encadrement du développement des meublés touristiques** pour préserver la vocation résidentielle de la capitale.

- **L'analyse de l'impact de la création des zones touristiques internationales sur l'écosystème local**, afin de protéger la diversité du tissu commercial parisien et la qualité des conditions de travail.

- **Le développement de l'économie sociale et solidaire dans le champ du tourisme**, notamment grâce à la Maison de l'ESS, pour faire du tourisme un levier d'inclusion sociale.

- **La promotion du tourisme participatif** et de solutions de mise en relation entre les Parisiens et les touristes telles que les chats communautaires. Les habitants pourront ainsi être parties prenantes de l'expérience de visite.



### Encadrement du développement des meublés touristiques

#### ► FICHE-ACTION 41

Compte tenu de l'impact d'un développement non maîtrisé de la location de meublés touristiques sur un marché du logement très tendu, la Ville de Paris continuera d'opérer un encadrement juridique et fiscal ferme et juste de ce secteur de l'hébergement grâce à plusieurs dispositifs : mise en place d'un numéro d'enregistrement unique, renforcement des contrôles, simplification des démarches administratives pour déclarer ou régulariser sa situation, ou encore généralisation de la perception de la taxe de séjour par les plates-formes de location en ligne.





## UN TOURISME **RESPECTUEUX** **DE L'ENVIRONNEMENT**

- L'organisation **d'une mobilité par autocars plus respectueuse de l'environnement et mieux intégrée à l'espace public**, le développement **des mobilités touristiques douces** (piétonnes, à vélo) et **d'une offre de transports collectifs mieux adaptée aux attentes des visiteurs** ainsi que l'expérimentation de navettes autonomes feront de Paris la capitale de la mobilité touristique durable.
- **Paris poursuivra l'accompagnement du secteur de l'hôtellerie-restauration dans les démarches de développement durable** et dans la mise en œuvre du Plan Climat, en partenariat avec l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris. Ce dernier soutient près de 500 hôteliers dans le cadre de son programme « Pour un hébergement durable à Paris » .
- **L'application de la Charte des événements écoresponsables** favorisera une gestion plus écologique des grandes manifestations.

## Développement d'une mobilité touristique durable

► FICHES-ACTION 45 À 48

Paris organisera une mobilité par autocars plus respectueuse de l'environnement et mieux intégrée à l'espace public : verbalisation des moteurs non coupés à l'arrêt, accompagnement de la transition énergétique vers le non-diesel notamment. La Ville développera les itinéraires piétons et le vélotourisme, avec le doublement des kms de pistes cyclables d'ici à 2020. L'accès aux transports collectifs pour les touristes sera amélioré grâce à la modernisation du titre de transport « Paris Visite » et du « Paris Passlib' ».

# CONFORTER



# UNE DESTINATION PERFORMANTE

La performance de la destination Paris repose à la fois sur les investissements dans les grandes infrastructures hôtelières et de transport, et sur la mise en place d'instances et d'outils de promotion efficaces pour mener une stratégie de marketing territorial coordonnée à l'échelle de la capitale.

## DÉVELOPPER **LES CAPACITÉS D'ACCUEIL** POUR FAIRE FACE À L'AUGMENTATION DES FLUX

L'objectif est d'accueillir 2 % de touristes de plus par an d'ici à 2022. Pour y parvenir, l'un des enjeux majeurs est de mener une politique ambitieuse de développement des infrastructures hôtelières et de transport.

- **La mise en œuvre de la stratégie partagée de développement hôtelier à l'échelle métropolitaine** aboutira à la création de 12 000 chambres supplémentaires d'ici à 2020, pour un parc hôtelier de qualité, diversifié, accessible à tous les budgets et à tous les profils, en particulier aux jeunes et aux familles.



### Développement des capacités d'hébergement grâce à la mise en œuvre du plan hôtelier métropolitain

#### ► FICHE-ACTION 51

Paris poursuivra la stratégie de développement hôtelier métropolitaine pour atteindre l'objectif de 12 000 chambres supplémentaires d'ici à la fin de la mandature. La Ville encouragera ainsi le développement d'une offre d'hébergements modernes, intégrant les innovations de services et de technologies qui répondent aux attentes des touristes, avec une attention particulière aux jeunes et aux familles.

- **Paris améliorera sa connectivité** afin de renforcer son accessibilité économique (prix) et géographique. Pour cela, la Ville soutiendra **le développement des capacités aériennes** des aéroports et **l'amélioration de leur desserte** grâce aux grands projets d'aménagement (Charles-de-Gaulle Express, Grand Paris Express, RER B). Paris développera également sa connectivité ferroviaire grâce à la rénovation des gares parisiennes. Enfin, Paris engagera une réflexion sur l'accueil des nouvelles lignes d'autocars pour améliorer sa connectivité routière à l'échelle métropolitaine.







## PARIS OFFICE DE TOURISME

### Modernisation de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris

► FICHES-ACTION 53 & 54

La Ville de Paris accompagnera la modernisation de l'OTCP pour renforcer ses actions de promotion sur le marché du tourisme de loisirs, notamment à destination des pays européens. L'enjeu est aussi d'optimiser ses outils d'information et de promotion numériques, tout en mutualisant davantage ses moyens avec les autres organismes chargés de promouvoir Paris.

## AMÉLIORER LA GOUVERNANCE DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE ET SE DOTER D'OUTILS COMPÉTITIFS POUR PROMOUVOIR LA DESTINATION

- La Ville accompagnera la modernisation de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris tout en favorisant son rapprochement avec d'autres organismes chargés de la promotion de la capitale (Atout France, Comité régional du Tourisme Paris Île-de-France ou Paris&Co). L'objectif est de mutualiser les moyens publics au service de la promotion du tourisme parisien et d'en accroître l'efficacité.
- Par ailleurs, la définition d'une stratégie de marque territoriale unifiée et la constitution d'une base de photos et vidéos partagées pour promouvoir Paris à l'international renforceront les outils de promotion de la destination.

## ANIMER LE RÉSEAU DES PROFESSIONNELS ET SOUTENIR LE SECTEUR

- Paris capitalisera sur la démarche partenariale engagée avec les acteurs du secteur, dans le cadre de l'élaboration de ce schéma. La Ville continuera à fédérer les professionnels du tourisme au sein du Comité de la destination Paris. Ce comité se réunira régulièrement pour suivre la mise en œuvre du schéma. Des actions seront menées en partenariat dans plusieurs domaines : dématérialisation des billetteries, gestion des files d'attente, mise en place d'une base de contenus partagés pour la promotion de Paris ou encore constitution du CRM de destination.

- Paris encouragera également la professionnalisation du secteur, grâce à des actions de soutien à l'emploi et à la formation des acteurs du tourisme : organisation de sessions de recrutement, création d'une nouvelle offre de formations en langues et sur les métiers du tourisme, diffusion d'un MOOC, etc.
- La Ville poursuivra aussi sa politique ambitieuse de soutien à l'innovation dans le secteur du tourisme via : le Welcome City Lab – 1<sup>ère</sup> plate-forme d'innovation au monde dédiée au tourisme –, le développement d'expérimentations, la mise en œuvre d'une politique d'open data ou encore la création de nouveaux espaces dédiés au tourisme au sein de « l'Arc de l'innovation ».
- Enfin, Paris fera du tourisme un levier d'attractivité et d'influence, contribuant au rayonnement international de la capitale. L'objectif est de renforcer sa présence dans les événements, les organisations et les réseaux internationaux et d'inscrire le tourisme au cœur de sa stratégie internationale.

# PLAN D' ACTIONS OPÉRATIONNEL

La stratégie de développement touristique se décline en un plan d'actions concret. Celui-ci est composé de 59 fiches-actions qui seront mises en œuvre, dès 2016, par la Ville et les partenaires du Comité de la destination Paris.

<b>AXE 1 : DES EXPÉRIENCES UNIQUES</b>		Fiche
<b>CONFORTER LES ATOUS</b>		
<b>Le patrimoine</b>	Rénovation du patrimoine culturel de Paris	1
	Réaménagement des espaces d'accueil de la tour Eiffel	2
	Amélioration de l'éclairage et de l'accès de l'Arc de Triomphe	3
	Réaménagement et animation des Champs-Élysées	4
	Amélioration de l'éclairage de Paris	5
<b>La culture</b>	Rénovation et modernisation du patrimoine muséal de la Ville	6
	Soutien à la création artistique et à sa promotion à l'international	7
<b>Le shopping</b>	Développement du tourisme de « savoir-faire », promotion du « fabriqué à Paris » et soutien de la singularité du tissu commercial parisien	8
<b>Le tourisme d'affaires</b>	Modernisation des infrastructures d'accueil des événements professionnels	9
	Mise en place d'un dispositif d'accueil en direction des grands événements professionnels	10
<b>La gastronomie</b>	Création de lieux-vitrines de la gastronomie parisienne	11
<b>RENFORCER LES SECTEURS ÉMERGENTS</b>		
<b>La nuit</b>	Promotion des nuits parisiennes à l'international pour faire de Paris une destination festive	12
<b>Le tourisme LGBT</b>	Structuration et promotion de l'offre de tourisme LGBT	13
<b>Le tourisme urbain</b>	Développement des balades urbaines faisant découvrir le « Paris des Parisiens », le Paris alternatif et insolite	14
<b>Les grands événements</b>	Accueil de grands événements à Paris, leviers d'attractivité et de rayonnement touristique	15
<b>Le tourisme fluvial</b>	Aménagement des berges, lancement de « Réinventer la Seine », développement de la baignade pour faire de la Seine un axe majeur du tourisme	16
	Développement du potentiel touristique des canaux parisiens	17
<b>CRÉER DE NOUVELLES OFFRES</b>		
<b>Le tourisme vert</b>	Ouverture de nouveaux espaces verts (petite ceinture), développement de parcours et animations dans les bois, parcs et jardins	18
<b>Le tourisme de mémoire</b>	Création de parcours et d'événements autour du tourisme de mémoire	19
	Organisation de l'activité touristique dans les cimetières, en particulier au Père Lachaise	20
	Création d'événements et de saisons parisiennes pour rythmer l'année touristique	21
<b>DÉVOILER DE NOUVEAUX TERRITOIRES</b>		
<b>De nouveaux quartiers à découvrir</b>	Création de marques de quartiers pour faire émerger les nouveaux quartiers touristiques de Paris	22
<b>Paris, destination métropole</b>	Développement des coopérations métropolitaines sur le tourisme	23
<b>AXE 2 : UNE VILLE BIENVEILLANTE</b>		
<b>UNE VILLE SANS COUTURE</b>		
	Réduction du temps d'attente et optimisation de la gestion des flux	24
	Dématérialisation des billetteries	25

## UNE VILLE ACCUEILLANTE ET HOSPITALIÈRE

<b>Un accueil de qualité par les acteurs du tourisme</b>	Modernisation des points d'accueil touristiques	26
	Déploiement de 200 jeunes en service civique par an sur les sites les plus touristiques	27
<b>Un accueil multilingue</b>	Mise en place de solutions de traduction innovantes et déploiement de supports touristiques dans toutes les langues	28

## UNE VILLE ATTENTIVE À TOUS LES PUBLICS

<b>Les personnes handicapées et à mobilité réduite</b>	Développement de l'accessibilité de Paris et obtention de la marque « Destination pour tous »	29
<b>La famille</b>	Structuration et promotion d'une offre touristique adaptée à toute la famille	30
<b>Les petits budgets</b>	Développement et promotion des offres gratuites et à tarifs réduits	31

## UNE PRISE EN CHARGE AVANT, PENDANT ET APRÈS LA VISITE

<b>L'aide à la préparation du voyage</b>	Modernisation des outils numériques d'information des touristes et gestion de la relation clients	32
<b>L'information en temps réel</b>	Renouvellement des panneaux « Histoire de Paris »	33
	Modernisation de la signalétique et renforcement de l'information touristique dans l'espace public	34
	Mise en place d'une assistance en ligne ou téléphonique à destination des touristes	35
	Déploiement de l'accès wifi aux touristes partout dans Paris	36
<b>Le suivi de la satisfaction</b>	Gestion de la satisfaction des visiteurs et fidélisation	37

## LE CONFORT ET LA SÉCURITÉ DES TOURISTES À CHAQUE MOMENT

Mise en œuvre du Plan de sécurité des touristes	38
Renforcement des moyens municipaux pour garantir la propreté des sites touristiques	39
Augmentation du nombre de toilettes dans les lieux touristiques	40

## AXE 3 : UN TOURISME DURABLE

### UN TOURISME HARMONIEUX ET SOLIDAIRE

Encadrement du développement des meublés touristiques	41
Analyse de l'impact de la création des zones touristiques internationales sur l'écosystème parisien	42
Soutien au développement de l'économie sociale et solidaire dans le champ du tourisme	43
Développement du « tourisme participatif » et des rencontres entre Parisiens et visiteurs	44

### UN TOURISME RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

<b>Paris, capitale de la mobilité touristique durable</b>	Organisation d'une mobilité par autocars plus respectueuse de l'environnement et mieux intégrée à l'espace public	45
	Développement des mobilités touristiques douces et réorganisation des pôles touristiques parisiens	46
	Encouragement à la mobilité touristique en transports collectifs publics	47
	Développement de la qualité de l'offre de transport public particulier de personnes	48
Accompagnement du secteur de l'hôtellerie-restauration dans des démarches de développement durable	49	
Encouragement à la gestion écologique des événements	50	

## AXE 4 : UNE DESTINATION PERFORMANTE

### DÉVELOPPER LES CAPACITÉS D'ACCUEIL POUR FAIRE FACE À L'AUGMENTATION DES FLUX

Développement des capacités d'hébergement grâce à la mise en œuvre du plan hôtelier métropolitain	51
Amélioration de la connectivité de Paris	52

### AMÉLIORER LA GOUVERNANCE ET LES OUTILS DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE

Accompagnement de la modernisation de l'OTCP	53
Mutualisation des moyens publics pour accroître l'efficacité de la promotion touristique	54
Renforcement de nos outils de promotion de Paris	55

### ANIMER LE RÉSEAU DES PROFESSIONNELS ET SOUTENIR LE SECTEUR

Fédération de l'écosystème du tourisme parisien à travers le Comité de la destination Paris	56
Soutien à l'emploi et à la formation	57
Stimulation de l'innovation dans le tourisme	58
Le tourisme, un levier d'attractivité et d'influence au cœur de la stratégie internationale de la Ville	59



**Octobre 2016**

**Crédits photographies :** Martin Argyroglo / Baron Barquette / Philharmonie de Paris ©W. Beaucardet / Marc Bertrand / Émilie Chaix / Fabian Charaffi / A. Dupont / DR / Lorie Eliès / Henri Garat / Jean-Baptiste Gurliat / JR-art.net / Jacob Khrist / Paris Tourist Office - Jacques Lebar / Anna Lebedeva / Paris Tourist Office - David Lefranc / Pierre Morel - Zabriskie Prod / Hugo RIBES – item corporate / Sophie Robichon / Margaux Sainte-Lagüe / Roman Slavik / Marc Verhille.

**Création :** PCA – [www.pca-communication.fr](http://www.pca-communication.fr)

**Contacts :**

Mairie de Paris

Direction de l'attractivité et de l'emploi  
Mission Partenariats & Tourisme  
55, rue de Lyon – 75 12 PARIS  
[stephanie.gourdon@paris.fr](mailto:stephanie.gourdon@paris.fr)

Comité de la Destination Paris  
[destination-paris@paris.fr](mailto:destination-paris@paris.fr)