



STRATÉGIE TOURISME 2022

Plan d'actions



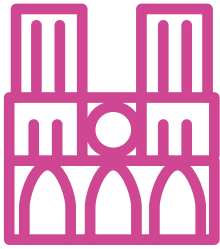
PLAN D' ACTIONS OPÉRATIONNEL

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.

AXE 1 : DES EXPÉRIENCES UNIQUES		Fiche	2017	2018	2019	2020	2021	2022
CONFORTER LES ATOUTS								
Le patrimoine	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						
La culture	Rénovation et modernisation du patrimoine muséal de la Ville	6						
	Soutien à la création artistique et à sa promotion à l'international	7						
Le shopping	Développement du tourisme de « savoir-faire », promotion du « fabriqué à Paris » et soutien de la singularité du tissu commercial parisien	8						
Le tourisme d'affaires	Modernisation des infrastructures d'accueil des événements professionnels	9						
	Mise en place d'un dispositif d'accueil en direction des grands événements professionnels	10						
La gastronomie	Création de lieux-vitrines de la gastronomie parisienne	11						
RENFORCER LES SECTEURS ÉMERGENTS								
La nuit	Promotion des nuits parisiennes à l'international pour faire de Paris une destination festive	12						
Le tourisme LGBT	Structuration et promotion de l'offre de tourisme LGBT	13						
Le tourisme urbain	Développement des balades urbaines faisant découvrir le « Paris des Parisiens », le Paris alternatif et insolite	14						
Les grands événements	Accueil de grands événements à Paris, leviers d'attractivité et de rayonnement touristique	15						
Le tourisme fluvial	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						
CRÉER DE NOUVELLES OFFRES								
Le tourisme vert	Ouverture de nouveaux espaces verts (Petite ceinture), développement de parcours et animations dans les bois, parcs et jardins	18						
Le tourisme de mémoire	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						
DÉVOILER DE NOUVEAUX TERRITOIRES								
De nouveaux quartiers à découvrir	Création de marques de quartiers pour faire émerger les nouveaux quartiers touristiques de Paris	22						
Paris, destination métropole	Développement des coopérations métropolitaines sur le tourisme	23						

AXE 2 : UNE VILLE BIENVEILLANTE		Fiche	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UNE VILLE SANS COUTURE								
	Réduction du temps d'attente et optimisation de la gestion des flux	24						
	Dématérialisation des billetteries	25						
UNE VILLE ACCUEILLANTE ET HOSPITALIÈRE								
Un accueil de qualité par les acteurs du tourisme	Modernisation des points d'accueil touristiques	26						
	Déploiement de 200 jeunes en service civique par an sur les sites les plus touristiques	27						
Un accueil multilingue	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								
Les personnes handicapées et à mobilité réduite	Développement de l'accessibilité de Paris et obtention de la marque « Destination pour tous »	29						
La famille	Structuration et promotion d'une offre touristique adaptée à toute la famille	30						
Les petits budgets	Développement et promotion des offres gratuites et à tarifs réduits	31						
UNE PRISE EN CHARGE AVANT, PENDANT ET APRÈS LA VISITE								
L'aide à la préparation du voyage	Modernisation des outils numériques d'information des touristes et gestion de la relation clients	32						
L'information en temps réel	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 Wi-Fi aux touristes partout dans Paris	36						
Le suivi de la satisfaction	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								
Paris, capitale de la mobilité touristique durable	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	Fiche	2017	2018	2019	2020	2021	2022
DÉVELOPPER DES 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	■					



ACTION 1

RÉNOVATION DU PATRIMOINE CULTUEL DE PARIS

CE QUI EST LANCÉ

La Ville de Paris met en place un plan de rénovation de ses 96 édifices culturels (80 millions d'euros sur la période 2015-2020), accompagné des financements de l'État et des mécènes, d'un financement participatif et de souscriptions.

Ce patrimoine constitue en effet :

- une première forme de musées d'art gratuits ;
- un remarquable facteur d'attractivité touristique ;
- une opportunité exceptionnelle de faire découvrir l'artisanat d'art (217 métiers sauvegardés).

LES ACTIONS À VENIR

Poursuivre le plan de rénovation

- église de la Madeleine, réfection de la corniche Est ;
- église Saint-Eustache, réfection de la façade côté jardin ;
- église Saint-Augustin, réfection du massif d'entrée ;
- études en 2016 et travaux par la suite pour les églises St-Merri, St-Jean-de Montmartre, St-Philippe-du-Roule, la Madeleine, la Trinité, St-Louis-en-Île, Ste-Croix des Arméniens, Notre-Dame-de-Lorette, Ste-Anne de la Butte-aux-Cailles, St-Joseph-des-Nations, St-Gervais, St-Pierre-de-Montrouge, St-Esprit, St-Vincent-de-Paul, St-Nicolas-des-Champs.

Lancer un programme de modélisation 3D d'une dizaine d'édifices parisiens majeurs

(la Madeleine, St-Eustache, St-Sulpice, St-Germain-des-Prés, St-Augustin, la Trinité, St-Denys-du St-Sacrement, St-Étienne-du-Mont, St-Ambroise...) sur le modèle de l'expérimentation conduite sur la tour Saint-Jacques, complétée par une numérisation de l'intérieur et des décors peints et sculptés.

Développer les partenariats avec les territoires du Grand Paris

comme sur la **rénovation de la basilique St-Denis**, en partenariat avec Plaine Commune et la Ville de Saint-Denis (remontage de la flèche, dont le financement est assis sur les visites touristiques du chantier spécialement organisées à cet effet).

Dans cette perspective :

- **élaborer une cartographie des édifices religieux** de la Ville de Paris et des œuvres majeures contenues (orgues, peintures, sculptures...), diffusion de la carte traduite, auprès des touristes, avec mise en exergue de plusieurs œuvres majeures ou récemment restaurées (ex. : Delacroix à St-Sulpice, orgues restaurés par le mécénat...), mise à disposition sur les outils de communication de la Ville et de l'OTCP (Office du tourisme et des congrès de Paris) et en open data pour les développeurs d'applications destinées à la visite ;
- **mettre en place des outils de représentation des édifices à différentes époques** (par exemple, abbaye de Saint-Germain-des-Prés), sur la base de ces nouveaux outils numériques, sur des sites dédiés, affiliés à la rubrique « patrimoine » sur paris.fr ;
- articuler ces nouveaux dispositifs de valorisation et de médiation avec le développement **des logiques de financement participatif et de mécénat**, et mobiliser le **Fonds pour Paris**.

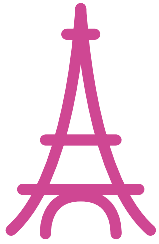
CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation : 2020.

2015-2020 : plan de rénovation.

2018 : modélisation 3D.

2019 : partenariats avec les territoires du Grand Paris.



ACTION 2

RÉAMÉNAGEMENT DES ESPACES D'ACCUEIL DE LA TOUR EIFFEL

CE QUI EST LANCÉ

La tour Eiffel fait l'objet d'un contrat de délégation de service public à la Sete (Société d'exploitation de la tour Eiffel), qui doit prendre fin à la fin de l'année 2016, et dont les objectifs sont les suivants :

- entretenir et maintenir le monument et ses installations ;
- veiller à la qualité des services et à la sécurité des visiteurs ;
- améliorer les conditions d'accueil, l'accès à l'édifice et la gestion des flux de visites ;
- réaliser le plan de renouvellement et de modernisation des espaces et des équipements ;
- créer des animations concourant au prestige et à l'animation touristique et culturelle de Paris ;
- valoriser l'exploitation de l'image de la tour.

Dans le cadre de ce contrat, outre les travaux de maintenance indispensables, le premier étage a fait l'objet d'une restructuration qui a profondément remodelé les pavillons et les espaces extérieurs, devenus obsolètes et inadaptés à la fréquentation actuelle de la tour :

- reconstruction de la salle de réception et de conférence pour en faire un des espaces événementiels les plus attractifs de Paris ;
- reconstruction du pavillon consacré aux services pour les visiteurs, en particulier restauration et boutique ;
- conception d'un parcours muséographique ludique et pédagogique ;
- plancher et garde-corps entièrement vitrés et film « d'immersion », promesse d'émotions fortes.

LES ACTIONS À VENIR

Dans le cadre du renouvellement de la concession, **ces objectifs seront renouvelés avec un accent particulier mis sur l'amélioration des conditions d'accueil – pour la sécurité et le confort des visiteurs.** Les espaces d'accueil seront ainsi aménagés au pied de la tour Eiffel pour faciliter et améliorer le parcours des visiteurs entre la billetterie, les contrôles de sécurité et l'attente avant l'embarquement dans les ascenseurs. Des

services complémentaires de restauration ou de boutiques seront également proposés. Le projet de réaménagement s'inscrira dans **une réflexion plus globale de valorisation du Champs-de-Mars et des jardins au pied de la tour.**

Le futur contrat prévoira également le renouvellement et la modernisation du scintillement de la tour Eiffel, vitrine de l'image de la tour pour les Parisiens et le monde entier.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.

Le contrat de délégation de service public prend fin le 31 décembre 2016, sauf décision de prolongation. Les mesures en faveur du développement touristique de la tour Eiffel seront mises en œuvre jusqu'à la fin de celui-ci et les investissements et développements dans le cadre du nouveau contrat commenceront à partir de sa signature.



ACTION 3

AMÉLIORATION DE L'ÉCLAIRAGE ET DE L'ACCÈS DE L'ARC DE TRIOMPHE

CE QUI EST LANCÉ

La mise en lumière de l'Arc de Triomphe

L'Arc de Triomphe est actuellement éclairé par un dispositif géré par la Ville, composé de 84 projecteurs à sources iodures métalliques, implantés dans 8 fosses situées sur le pourtour de l'édifice. En novembre 2015, la nature des lampes a évolué pour un éclairage de l'édifice en blanc chaud plus agréable et mettant davantage le monument en valeur. Les projecteurs ont été conservés, mais il est à noter que la puissance totale installée reste très élevée et que les vitrages des fosses qui accueillent les projecteurs sont vétustes. Par ailleurs, l'attique du monument n'est plus éclairé depuis la dépose complète des matériels qui étaient situés en corniches en 2003. Cette dépose a été réalisée à la demande de l'État pour faciliter les premiers travaux de rénovation de la terrasse, puis de reprise de l'étanchéité de la corniche.

L'entretien du passage souterrain piéton donnant accès à l'Arc

Le passage souterrain piéton dit « passage du Souvenir », donnant accès au monument, est en gestion partagée avec le Centre des monuments nationaux (CMN) pour la billetterie et la STV 4 pour le reste.

Des travaux ont été réalisés :

- en 2015 : nettoyage des pierres de parement pour améliorer le rendu architectural, qui reste néanmoins inférieur à la billetterie ;
- en 2016 : la voûte du passage faisait état de fissurations avec infiltrations. Ces travaux ont permis d'améliorer la qualité esthétique et d'empêcher la propagation du désordre ;
- parallèlement, remplacement de 5 dalles de parement de la trémie de l'escalier côté Grande-Armée.

LES ACTIONS À VENIR

Améliorer la mise en lumière du monument

Pour répondre aux attentes du Centre des monuments nationaux et en vue d'une amélioration globale des abords de l'Arc de Triomphe (éclairage, domanialité, sécurité, gestion), la Ville prévoit les travaux suivants pour une **mise en lumière dynamique et pilotable**, reposant sur la **refonte totale** de l'éclairage de l'édifice par des projecteurs LED pilotés. Il sera ainsi possible **d'adapter et de moduler les scénographies d'éclairage**, y compris colorés, en fonction des besoins, et de **diminuer la consommation énergétique** liée à l'éclairage.

Cette nouvelle installation se décline comme suit :

- pour l'éclairage patrimonial, par de nouveaux projecteurs et réglettes LED en blanc chaud sur les 4 faces et sur l'attique. L'intérieur de la grande voûte est également illuminé en contre-plongée et les faces intérieures des piliers des grandes arcades sont éclairées en plongée ;

- pour l'éclairage dynamique et coloré, les 4 fosses des 2 façades principales (Champ-Élysées et Grande Armée) sont complétées par des projecteurs LED permettant une mise en lumière colorée des 4 principaux piliers ;
- étudier la possibilité de mobiliser le Fonds pour Paris pour ce projet.

Améliorer la signalisation et l'éclairage du passage souterrain piéton donnant accès au monument

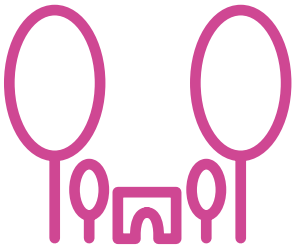
Changement par la Ville du jalonnement de l'ensemble de la place : mise en place de 10 panneaux de signalisation pour un montant de 9 500 € pour améliorer l'orientation des visiteurs vers le « passage du Souvenir » qui donne accès au monument.

Relèvement de l'éclairage de la partie basse du souterrain (relevant de la compétence de la Ville) pour sécuriser le souterrain.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.

2017 : études préparatoires.



ACTION 4

RÉAMÉNAGEMENT ET ANIMATION
DES CHAMPS-ÉLYSÉES

CE QUI EST LANCÉ

Dans la continuité du colloque « Les Champs-Élysées en 2025 », organisé par le Comité des Champs-Élysées fin 2014, une démarche de **renouvellement des Champs-Élysées** a été engagée en 2015 sous l'impulsion de la Ville, avec la participation du Comité des Champs-Élysées et de l'Apur (Atelier parisien d'urbanisme). L'ambition s'articule autour d'objectifs urbains, environnementaux, culturels, touristiques et économiques. Les études sur la mise en œuvre des actions de refonte des Champs-Élysées sont en cours. Cette démarche s'inscrit dans le cadre du plan vélo, adopté en 2015, et du nouveau plan de circulation de Paris.

L'ambiance lumineuse a été modifiée pour un éclairage plus agréable, mettant davantage en valeur l'Arc de Triomphe, et le **Wi-Fi** a été installé tout au long de l'avenue.

De plus, à compter du 1^{er} mai 2016, l'avenue des Champs-Élysées est **fermée à la circulation** le premier dimanche de chaque mois, ainsi que lors de la Journée sans voiture.

Enfin, dans le cadre du plan de sécurité des touristes, mené par la préfecture de Police et la Mairie, une **brigade spécialisée** a été mise en place pour renforcer la sécurité des touristes sur l'avenue.

LES ACTIONS À VENIR

Un plan d'actions a été élaboré pour répondre aux nouveaux défis patrimoniaux et environnementaux, en laissant une place à l'innovation, à l'art et aux nouvelles économies.

Réduire le trafic et renforcer la place des modes doux le long des Champs-Élysées

- **réaliser des aménagements cyclables** (études en cours), qui constitueront un maillon important du réseau cyclable touristique, réalisé entièrement à horizon 2019¹ ;
- traiter les **traversées piétonnes** pour faciliter les traversées de l'avenue et renforcer son accessibilité : création de refuges, raccourcissement des distances de traversée, abaissement des trottoirs aux traversées ;
- faire évoluer la **rue de Ponthieu en zone de rencontre** ;
- adopter le **statut de zone 30** de l'aire urbaine comprise au sein du triangle Montaigne – Champs-Élysées – Georges V pour apaiser le trafic et favoriser un usage pacifié et partagé de l'espace public ;
- améliorer **l'accessibilité et la fluidité des personnes à mobilité réduite** avec la RATP et les foncières.

Renforcer la végétalisation, faire évoluer les jardins et articuler le paysage historique aux nouveaux usages

- **requalifier les fontaines et jardins, et optimiser leurs usages** :
- restaurer les principaux éléments du patrimoine : fontaines,

kiosques, abris ;

- requalifier les concessions et les abords des édifices historiques ;
- restaurer les promenades du jardin ;
- réduire les espaces circulés (avenue Gabriel, avenue Winston Churchill) ;
- développer les expositions en plein air des musées Grand Palais et Petit Palais ;
- **retrouver l'agrément de la promenade, vocation première** :
- harmoniser le paysage des terrasses et optimiser leur implantation sur l'avenue ;
- mieux partager les trottoirs, permettre de nouveaux usages (numérique, assises, sport, enfants, conciergerie...) ;
- faire des Champs-Élysées une vitrine de la ville durable ;
- **donner une place à la nouvelle économie** :
- favoriser les commerces culturels et pop-ups stores ;
- favoriser les incubateurs, fab labs et espaces de coworking.

Développer l'animation, les grands événements et la convivialité des Champs-Élysées

Inciter des propriétaires et sociétés foncières à **contribuer au financement** des grands événements.

Développer des dispositifs **d'installations artistiques** dans l'espace public, en lien avec les programmations des équipements culturels.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.

2016 : création de la zone 30 Montaigne – Champs-Élysées – Georges V, instauration des dimanches piétons, organisation de la Journée sans voiture.

2018 : réalisation de l'aménagement cyclable et piétonnier.

1 Cf. fiche-action 45 « Organisation d'une mobilité par autocar plus respectueuse de l'environnement et mieux intégrée à l'espace public ».



ACTION 5

AMÉLIORATION DE L'ÉCLAIRAGE DE PARIS

L'objectif de cette mesure est de **réaffirmer la place de Paris** comme « **Ville Lumière** », en améliorant l'éclairage de certains quartiers, monuments et ponts, en favorisant les balades et

sorties nocturnes, en créant du spectaculaire et de l'événementiel, grâce à de l'éclairage intelligent, innovant, sobre énergétiquement et peu générateur de nuisances lumineuses.

CE QUI EST LANCÉ

- **330 sites parisiens illuminés**, dont la gestion est assurée par la Ville (bâtiments municipaux, ponts, monuments, de nombreux ouvrages et sites remarquables) ;
- ces installations sont énergivores et souvent dépassées. Leur **renovation**, engagée dès le début des années 2000, se poursuit progressivement par la mise en œuvre de sources plus efficaces comme les LED ;
- une « **carte lumière** », concept général de valorisation des espaces et des monuments, qui prévoit un rééquilibrage des illuminations parisiennes au profit de mises en lumière innovantes et attractives, privilégiant les lieux et équipements de proximité situés principalement dans les arrondissements périphériques. Sept mises en lumière sont d'ores et déjà opérationnelles et trois sont en cours d'étude ;
- des **concepts-lumière nouveaux** aussi sont régulièrement mis en service à la demande (gare du Nord, fontaine St-Michel, tunnel Broca, monument Dalou...) ;
- un diagnostic a établi en 2015 un inventaire et une analyse des prescriptions lumière existantes sur certains secteurs de Paris pour servir de base à la création d'un véritable **Schéma directeur d'aménagement lumière** (SDAL), document cadre qui définira les orientations lumière, éclairage public et illuminations sur l'intégralité du territoire.

LES ACTIONS À VENIR

Mettre en place un « plan lumière » pour Paris

- **définir une stratégie de mise en lumière de Paris** par le biais d'un SDAL : définir les objectifs, les enjeux, l'ordre de priorité des nouvelles mises en lumière (plan lumière) et les prescriptions techniques en termes de matériels, mobiliers, couleurs, temporalités... Cet outil permettra d'harmoniser et de rendre cohérentes les prescriptions existantes et de tenir compte des évolutions conceptuelles et technologiques dans la construction du paysage et de l'identité nocturne parisienne. Le document intégrera l'ensemble des réflexions municipales, notamment celles qui visent à promouvoir la vie nocturne parisienne en lien avec le **Conseil de la nuit** ;
- créer les conditions d'une **déambulation** nocturne agréable par les **cheminements lumineux** qui jalonnent les circuits touristiques et les balades culturelles, et favoriseront la réappropriation des usages nocturnes par les habitants ;
- **créer des événements autour de la lumière, expériences touristiques uniques**, aujourd'hui peu présents à Paris. Il est proposé d'initier des espaces de type showroom et sites pilotes, où l'expérimentation de **technologies nouvelles** (LED, bioluminescence, énergie renouvelable...) et de concepts artistiques novateurs serait favorisée. La présence, en octobre 2017, à Paris, du **Professional Lighting Design Convention** (PLDC), congrès mondial des concepteurs lumière, et sa proximité avec l'édition 2017 de Nuit Blanche, pourrait être l'occasion d'initier la démarche et de profiter de la visibilité des acteurs mondiaux de la lumière.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.



ACTION 6

RÉNOVATION ET MODERNISATION DU PATRIMOINE MUSÉAL DE LA VILLE

CE QUI EST LANCÉ

Un plan de rénovation des musées a été lancé afin **d'améliorer la qualité d'accueil des visiteurs et leur parcours de visite** :

- **PETIT PALAIS** : amélioration du parcours des collections permanentes. Livraison prévue en 2017 ;
- **MAISON VICTOR HUGO** : réaménagement partiel et ravalement de la façade. Livraison : second semestre 2018 ;
- **CATACOMBES** : réaménagement de l'entrée et de la sortie du site. Échéance : 2019 ;
- **MUSÉE DU GAL LECLERC DE HAUTECLOCQUE ET DE LA LIBÉRATION DE PARIS - MUSÉE J. MOULIN** : relocalisation vers le pavillon Ledoux (Ouest) de la place Denfert-Rochereau pour plus de visibilité. Ouverture du musée le 25 août 2019, date du 75^e anniversaire de la Libération de Paris ;
- **BOURDELLE** : rénovation du bâtiment le plus ancien et modernisation du musée. Livraison d'ici 2020 ;

- **PALAIS GALLIERA** : création de salles d'exposition permanente, d'un espace pédagogique et d'un espace de restauration en extérieur. Ouverture des salles : début 2020 ;
- **CARNAVALET** : rénovation du Musée Carnavalet-Histoire de Paris. Le parcours de visite retrouvera une cohérence chronologique et gagnera en lisibilité. Ouverture au public : début 2020 ;
- **MUSÉE D'ART MODERNE** : modernisation du musée sur les 5 années à venir pour améliorer la conservation et la présentation des collections, les conditions d'accueil de tous les publics et les conditions de travail des agents du musée ;
- **MAISON BALZAC** : amélioration de l'accueil (mise en accessibilité pour les personnes à mobilité réduite grâce à un ascenseur, mise en place de bornes interactives...) et réaménagement du jardin. Livraison prévue fin 2017.

LES ACTIONS À VENIR

Dans le cadre du contrat de performance liant la Ville de Paris à Paris Musées pour la période 2016-2020, différents axes d'amélioration ont été précisés, en lien avec les attentes et besoins des clientèles, notamment touristiques :

- **continuer l'enrichissement, la conservation et la mise en valeur des collections**. Le portail des collections des musées de la Ville, lancé en mai 2016 et présentant déjà près de 200 000 œuvres, continuera d'être développé ;
- **poursuivre la programmation d'expositions ambitieuses** dans les musées et à l'étranger, accompagnées de publications de qualité, qui caractérise les musées de la Ville de Paris ;

- **diversifier les publics** pour rajeunir et démocratiser leur fréquentation ;
- **moderniser considérablement les musées** d'ici la fin de la mandature grâce à un plan d'investissement de 100 M€ ;
- **adapter la gestion de l'établissement public**, en particulier en investissant dans le développement des compétences et l'amélioration des conditions de travail des agents ;
- **expérimenter des solutions innovantes** (de traduction, gestion de l'affluence...) ;
- **développer une billetterie « intelligente »**?

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.

Voir détail par musée.



ACTION 7

SOUTIEN À LA CRÉATION
ARTISTIQUE ET À SA PROMOTION
À L'INTERNATIONAL

CE QUI EST LANCÉ

La Ville de Paris est très engagée dans le soutien à la création artistique en y consacrant plus de 100 millions d'euros par an

Le territoire parisien propose ainsi, tant aux Parisiens qu'aux touristes, une offre riche, variée et accessible où toutes les disciplines et esthétiques sont largement représentées (musique, cinéma, arts plastiques, théâtre, danse, cirque, arts de la rue et marionnettes).

La collectivité parisienne soutient fortement le développement de cette offre, à travers la création de **grands équipements culturels de création et de diffusion à vocation internationale** (Gaîté Lyrique, Louxor, Carreau du Temple, Philharmonie de Paris, La Place...).

Paris accueille également chaque année de **très nombreux événements culturels à vocation internationale** (festivals de musique, d'arts de la rue, foires internationales d'art contemporain...), qu'elle entend développer et promouvoir.

Enfin, Paris a développé fortement, ces dernières années, la **présence de l'art dans l'espace public** (1 %, accompagnement artistique du T3), en particulier en matière de **streetart**, à travers des opérations comme l'intervention d'artistes sur le Pont des Arts en 2015 ou le projet « Rosa Parks fait le mur ».

LES ACTIONS À VENIR

Améliorer la promotion et l'information sur l'offre artistique et culturelle auprès des touristes et des influenceurs internationaux

• **création et diffusion d'informations auprès des touristes et des professionnels du secteur³.**

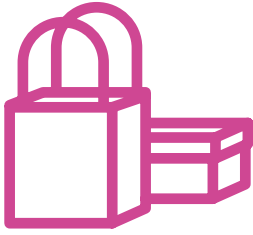
Depuis 2015, la Ville de Paris propose un programme des offres et des événements culturels, conçus ou soutenus par la collectivité, intitulée « **la Saison culturelle parisienne** ». Cet aperçu de l'offre parisienne culturelle pourrait être diffusé de manière importante aux acteurs du tourisme (OTCP, acteurs hôteliers, voyageurs...) et être traduit en plusieurs langues. Par ailleurs, la Ville de Paris pourrait être à l'initiative de temps de communication à destination des professionnels du tourisme, en dévoilant, chaque année, la programmation culturelle parisienne annuelle à l'occasion d'un événement dédié ;

- **création d'une newsletter culturelle internationale.** Pour accompagner le rayonnement culturel de Paris à l'international et promouvoir les activités parisiennes au sein d'un réseau précieux et existant, il s'agirait de mettre en place une newsletter à destination du réseau culturel français à l'étranger (Alliances françaises, Institut français, services culturels des ambassades). Cette newsletter détaillerait, sur une périodicité à établir, mais par exemple trimestrielle, les grands événements culturels parisiens, notamment soutenus par les réseaux internationaux (festivals, rencontres internationales et forums professionnels, expositions, salons – FIAC, Paris-Photo...). Cette lettre d'information serait, a minima, bilingue (français-anglais) voire trilingue (espagnol) ;
- **mise en place de rencontres régulières entre les professionnels du tourisme et les acteurs culturels.**

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.

³ Cf. fiche-action 21 « Création d'événements et des saisons parisiennes pour rythmer l'année touristique ».



ACTION 8

DÉVELOPPEMENT DU TOURISME DE « SAVOIR-FAIRE », PROMOTION DU « FABRIQUÉ À PARIS » ET SOUTIEN DE LA SINGULARITÉ DU TISSU COMMERCIAL PARISIEN

L'intérêt porté par les touristes aux boutiques de Paris se concentre sur les produits de consommation courante ou les **marques emblématiques de l'art de vivre à la française** et la recherche du « Made in France ».

Par ailleurs, le **tourisme de savoir-faire** – découverte des techniques, des métiers, des traditions et du fonctionnement d'une filière artisanale, industrielle ou technologique à travers, notamment, les visites d'entreprises en activité et d'ateliers – constitue une filière prometteuse.

CE QUI EST LANCÉ

La Ville de Paris soutient activement les commerces parisiens, à travers :

- la **protection du commerce et de l'artisanat** par des mesures réglementaires et, plus particulièrement, le PLU (plan local d'urbanisme) de Paris ;
- la valorisation de l'espace public pour permettre à **l'offre de commerce non sédentaire** de contribuer à la diversification de l'offre, notamment dans les marchés de quartier ;
- la remise du **Prix du Goût d'Entreprendre**, soutenant chaque année les nouvelles créations et reprises de commerces d'artisanat alimentaire sur le territoire ;
- le développement d'outils en matière **d'intervention immobilière** pour l'acquisition, la rénovation et la gestion de locaux commerciaux, notamment à travers l'action de la Semaest (Société d'économie mixte de la Ville de Paris) et des bailleurs sociaux ;

- avec la CCIR (Chambre de commerce et d'industrie régionale) Paris Île-de-France, le développement d'un **commerce et d'un artisanat innovants**, grâce à des opérations comme **Paris Shop & Design**, qui récompense un binôme commerce-architecte, ou **l'opération CoSto (Connected Stores) de la Semaest**.

L'OTCP valorise le shopping à Paris, grâce à :

- une rubrique dédiée au shopping sur le **site internet grand public** ;
- les **actualités sur les ouvertures et fermetures**, ainsi qu'une rubrique shopping dans la **brochure « what's up in Paris »** pour la cible professionnelle ;
- la réalisation **d'éducteurs sur le shopping** avec les tour-opérateurs et les agences événementielles, notamment dans les grands magasins s'adressant aux groupes ;
- la valorisation du shopping lors des **accueils de presse**.

LES ACTIONS À VENIR

Créer un label « Fabriqué à Paris »

- **créer un label « Fabriqué à Paris »**, qui permettra de souligner l'identité et la singularité du tissu commercial parisien, en étroite coopération avec les organisations professionnelles ;
- **promouvoir ces produits**, ainsi que les objets sous la marque « Les Ateliers de Paris », dans des boutiques existantes (dont Paris Rendez-Vous) ou en ligne, selon des modalités à définir, en lien avec les différents acteurs.

Développer l'offre de « tourisme de savoir-faire » à Paris

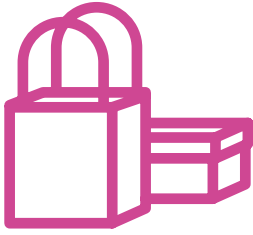
Créer un réseau d'entreprises et de commerces souhaitant s'ouvrir à la visite. Promouvoir et aider à la commercialisation de cette offre en lien avec les partenaires tels que l'OTCP, la CCI 75 (Chambre de commerce et d'industrie), la CMA 75 (Chambre de métiers et de l'artisanat), les chambres professionnelles, le CDT (Comité départemental du tourisme) et les offices de tourisme de la métropole, les associations professionnelles locales, les entreprises et les start-up...

Les secteurs ciblés seront en particulier :

- **l'artisanat et les métiers d'art**, notamment autour de la marque « Les Ateliers de Paris », créée en 2016, qui a pour but de donner une visibilité aux objets labellisés ;
- les **commerces de bouche** ;
- le **secteur industriel** (logistique, transport, environnement...).

Contribuer au développement et à l'animation d'un tissu de commerces mettant en avant l'identité de Paris

- **soutenir les bouquinistes, les commerces culturels et leurs événements annuels** : les Galeries (Le Dimanche à la galerie), les librairies (Le Pari des libraires), les disquaires (Le Disquaire day), le Salon du livre ancien ;
- **développer le potentiel touristique des Puces** :
 - Puces de Clignancourt et de Saint-Ouen : reprise du schéma touristique et étude d'un nouveau plan d'actions ;
 - développer l'attractivité des Puces de Vanves : en lien avec la marque territoriale développée autour du quartier de Montparnasse jusqu'à la cité universitaire⁴ ;
 - Puces de Montreuil : projet de rénovation ;

**ACTION 8**

DÉVELOPPEMENT DU TOURISME DE « SAVOIR-FAIRE », PROMOTION DU « FABRIQUÉ À PARIS » ET SOUTIEN DE LA SINGULARITÉ DU TISSU COMMERCIAL PARISIEN

- **soutenir les commerces à travers le « Contrat Paris Commerces »** ;
- **accompagner les mutations** des commerces parisiens via Costo ou la mise en place d'actions communes entre l'Échangeur PME de la CCIR et la Semaest ;
- **soutenir le secteur du luxe** : mettre en place, avec les partenaires concernés (Comité Colbert, les comités des Champs-Élysées, Montaigne, Saint-Honoré, les grands magasins, l'OTCP...), des actions pour promouvoir le luxe parisien (accueil de presse, aménagements des rues emblématiques, développement...).

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2016 :

- dépôt de la marque « Les Ateliers de Paris » ;
- recensement de l'offre de tourisme de savoir-faire et cartographie ;
- création d'un parcours participatif ou événement collaboratif sur les métiers d'art par les Ateliers de Paris.

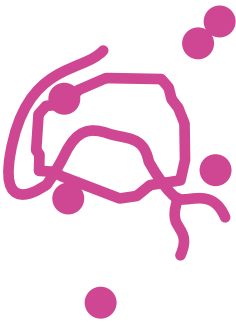
2017 :

- création du label « Fabriqué à Paris » ;
- étude de repérage et de concept pour la constitution du réseau de boutiques ;
- définition du plan d'actions relatif aux Puces ;
- accompagnement des entreprises volontaires à l'accueil de publics ;
- mise en place d'une signalétique dédiée ;
- création de parcours et d'événements participatifs autour du tourisme de savoir-faire.

Chaque année de 2017 à 2019 (tourisme de savoir-faire) :

- élargissement de l'offre et poursuite de l'accompagnement / conseil ;
- une opération d'accueil presse ;
- nouveaux parcours et événements participatifs ;

4 Cf. fiche-action 22 « Création de marques de quartiers pour faire émerger les nouveaux quartiers touristiques de Paris ».



ACTION 9

MODERNISATION DES INFRASTRUCTURES D'ACCUEIL DES ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

CE QUI EST LANCÉ

La filière congrès et salons est stratégique pour Paris, tant par les retombées économiques qu'elle génère sur le territoire (estimées à plus de 5 mds€ et 80 000 emplois par an) que par le rayonnement international qu'elle lui confère. Leader mondial en matière d'accueil des congrès et salons, la destination

Paris se mobilise pour accueillir les plus grands événements mondiaux.

La Ville a engagé des investissements pour améliorer la qualité des sites d'exposition, leur accessibilité et l'hébergement.

LES ACTIONS À VENIR

La modernisation du Parc des expositions de la Porte de Versailles, création du Paris Convention Center et aménagement des abords du Parc

- **le programme de modernisation du site de Paris Expo Porte de Versailles** a débuté en avril 2015 et est prévu sur une durée de 10 ans. Ce programme de 500 M€ HT prévoit notamment la rénovation de deux tiers des surfaces du Parc, la construction d'un centre de congrès modulable, d'une capacité de 5 200 places, d'un restaurant gastronomique, de 52 000 m² de toitures végétalisées et d'un complexe hôtelier de 440 chambres, d'un hub de services, d'un café de l'innovation. Différents commerces viendront en outre animer le site ;
- au-delà de l'offre de bureaux, l'atrium, le belvédère, le restaurant panoramique, l'hôtel et les espaces de coworking offriront une nouvelle attraction touristique et un lieu privilégié de rencontres pour les professionnels ;
- ils seront complétés par la construction de la « Tour Triangle » : immeuble de grande hauteur (RC+43 étages), à destination de bureaux (78 785 m²), d'hôtel 4* (120 chambres - 7 778 m²), de commerces (3 581 m²) et d'équipements d'intérêt collectif (2 036 m²) avec un parking souterrain (251 places de stationnement). Livraison prévisionnelle en 2020.

Le réaménagement de la Porte Maillot

- un projet de réaménagement de la Porte Maillot est actuellement mené en lien avec les grands projets d'infrastructure que sont le T3 et le RER E (Eole) avec, pour objectifs :
 - **d'améliorer la desserte du site** : grâce à l'arrivée du RER E, à la création d'une station du tramway T3 (terminus Porte Dauphine par un franchissement de la Porte Maillot en surface), de la reconstruction de la gare routière et de l'amélioration des liaisons piétonnes et cyclistes ;
 - **de moderniser l'offre de congrès et tourisme pour améliorer l'attractivité de Paris** : une réflexion est menée sur la rénovation et l'extension du Palais des congrès et, de manière plus générale, une augmentation des capacités d'accueil de grands événements, notamment grâce aux grands projets

urbains lauréats de « Réinventer Paris » (« 1 000 Arbres » et la « Ville multistrade »), qui requalifient et améliorent la connectivité du quartier (ex. : modernisation de la gare de bus dans le cadre du projet « 1 000 Arbres ») ;

- **d'améliorer la gestion des flux, d'apaiser le site et de lui rendre sa dimension piétonne et urbaine** : les continuités urbaines seront retravaillées, notamment la continuité avec Neuilly au droit de la Porte Maillot et de la Porte des Ternes, et les espaces verts reconfigurés ;
- **de requalifier l'entrée du bois de Boulogne et d'améliorer les liaisons vers le bois** en faisant entrer ce dernier dans la ville, notamment par l'extension du square Parodi.

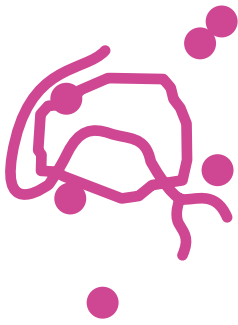
La rénovation de l'espace événementiel du Parc floral

- situé au cœur d'un des sites du Jardin botanique de Paris, l'espace événementiel du Parc floral se compose entre autres d'un hall d'exposition de plus de 9 000 m², de 5 pavillons d'exposition et du bâtiment dit de la « Chesnaie du Roy », d'une superficie de plus de 5 500 m² ;
- le programme de travaux et de rénovation de près de 9 M€, engagé dès 2016 pour une période de 16 ans, permettra l'amélioration de la performance énergétique des bâtiments et leur meilleure insertion paysagère au sein du Parc floral.

Paris soutient également le développement d'espaces de travail plus flexibles, adaptés aux voyageurs d'affaires, comme les **espaces de coworking**.

Ces investissements viennent compléter les efforts menés par la Ville en matière de **développement hôtelier** (plan hôtelier métropolitain), et son soutien au **développement des infrastructures de transports** (Grand Paris Express, tramway T3, prolongement d'Eole).

- ▶ Conforter les atouts
- ▶ Le tourisme d'affaires

**ACTION 9**

MODERNISATION DES INFRASTRUCTURES D'ACCUEIL DES ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

Ils s'ajoutent également aux investissements prévus par les différents acteurs et partenaires de la filière pour améliorer les infrastructures en métropole : la **modernisation de Paris-Nord-Villepinte** (sa surface pourrait être étendue jusqu'à 100 000 m²), la création de **centres de congrès à Orly et à Val-d'Europe** ou encore **l'International Trade Center à Roissy**.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

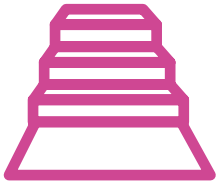
Objectif de réalisation 2022.

Parc des expositions : 2020.

Porte Maillot : livraison des différents programmes et infrastructures échelonnée à partir de 2021.

Parc Floral : engagement des travaux en 2016 pour une durée de 16 ans.

WELCOME



ACTION 10

MISE EN PLACE D'UN DISPOSITIF D'ACCUEIL EN DIRECTION DES GRANDS ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

CE QUI EST LANCÉ

La Ville de Paris est partenaire des principaux congrès, salons et foires parisiens (ex. : Foire de Paris, Salon de l'agriculture, Mondial de l'automobile...), ainsi que des grands événements scientifiques, et a tissé des liens étroits avec les organisateurs de grands événements. Elle relaie la plupart des événements sur son réseau d'affichage ou en pavoisement, et est présente physiquement sur certains salons via des stands dédiés.

Par ailleurs, l'OTCP, via son Convention Bureau, prospecte et accompagne les organisateurs d'événements français et internationaux de la filière Mice (Meetings, Incentives,

Congress and Events) pour valoriser la destination et l'offre de ses 600 adhérents spécialisés. Les équipes du Convention Bureau, spécialisées par segment et par marché, mènent des actions de prospection, collectent des appels d'offres et répondent aux demandes des clients (environ 600 par an). Via son site internet BtoB, le Convention Bureau met en contact direct l'offre et la demande mondiale (moteur de recherche, sélection de prestataires et demandes de devis adressées directement par le client). Enfin, le Convention Bureau pilote les candidatures aux appels d'offres lancés par les associations internationales (congrès) ou les agences événementielles (événements d'entreprises).

LES ACTIONS À VENIR

La Ville de Paris s'engage à renforcer ses actions de soutien aux grands événements professionnels, en lien étroit avec l'OTCP

Il s'agira de :

- **renforcer le soutien de la Ville en matière de communication** et diffuser un message d'accueil à destination des professionnels, grâce au pavoisement des avenues, à la diffusion de messages de bienvenue sur les panneaux lumineux et à la distribution de courriers de bienvenue de la Maire dans les chambres d'hôtels ;
- **faciliter l'accès aux salons de l'Hôtel de Ville** et à d'autres lieux prestigieux comme l'hôtel de Lauzun pour des réceptions d'ouverture ou de clôture, pour des influenceurs ou des leaders d'opinion ;
- **proposer une offre de tourisme et de loisirs** adaptée et ciblée, à destination des touristes d'affaires, en lien avec l'OTCP et Paris&Co qui gère un dispositif d'accueil spécifique pour les entrepreneurs (Paris Landing Pack) ;
- **faire en sorte que les grands événements laissent un « héritage » au sein de la Ville** (Par exemple, la COP21 en novembre-décembre 2015 a permis de multiplier par quatre le nombre d'hôtels signataires de la « Charte pour un hébergement durable à Paris ») ;

- lorsque le sujet le justifie, organiser **un événement grand public** en lien avec la thématique du congrès (santé, environnement, innovation...);
- **développer le « off » autour des grands événements pour en démultiplier l'impact** : il s'agira par exemple de mobiliser des commerçants n'ayant pas les moyens de participer aux salons pour proposer des animations dans la ville (les artisans pour la Foire de Paris, les libraires pour le Salon du livre...) et ainsi valoriser le dynamisme commercial de Paris ;
- **faciliter la stabilité des prix hôteliers pour les organisateurs d'événements**, à travers la signature d'une charte.

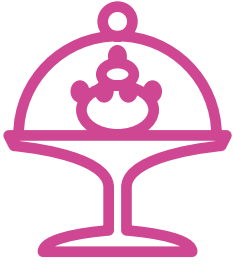
Ces engagements sont pour la plupart formalisés dans la **Charte d'accueil des Grands Congrès** signée en 2016 par la Ville, l'OTCP, la CCIP, Unimev (Union française des métiers de l'événement), les grandes chaînes hôtelières, l'Umih (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie) et le Synhorcat (Syndicat national des hôteliers, restaurateurs, cafetiers et traiteurs).

La Ville et l'OTCP souhaitent intégrer ces dispositions dans le « Pack accueil » mis en place par Viparis, Paris Aéroport et le CRT (Comité régional du tourisme) Île-de-France (ce dernier propose un accueil aux aéroports et des navettes de transports gratuits pour l'acheminement des participants).

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

À partir de 2016 : signature de la nouvelle Charte d'accueil des Grands Congrès et mise en œuvre du dispositif d'accueil.



ACTION 11

CRÉATION DE LIEUX - VITRINES DE LA GASTRONOMIE PARISIENNE

CE QUI EST LANCÉ

La gastronomie est l'un des 10 arguments clés mis en avant par les visiteurs⁵ pour le choix de la destination Paris.

La Ville de Paris soutient les restaurateurs et accompagne de nombreuses initiatives pour valoriser la gastronomie dans toute sa diversité, faisant de Paris la capitale mondiale de la gastronomie

- **organisation et soutien de grands événements** : la Fête de la Gastronomie, les Heures Heureuses, le festival Taste of Paris, le salon du chocolat, le SIAL... ;
- **soutien des innovations et nouvelles pratiques** : déploiement des food trucks, prix du Goût d'entreprendre, création de la plateforme d'innovation « Smartfood »...

En 2016, la Maire a remis **la médaille Grand Vermeil de la Ville de Paris** aux grands chefs cuisiniers étoilés parisiens, reconnaissant ainsi leur rôle d'ambassadeurs de l'art de vivre parisien.

LES ACTIONS À VENIR

Créer un ou plusieurs lieux dédiés à la gastronomie dans le cadre du renouvellement des concessions sur les pavillons

En septembre 2015, la Ville de Paris a lancé une campagne de mobilisation des opérateurs économiques, portant sur **des pavillons et lieux d'exception** situés, pour la plupart, dans les parcs et bois parisiens, pour faire vivre et évoluer ces lieux actuellement sous-exploités. Plus de 120 idées de destinations ont émergé, dont plusieurs en lien avec la gastronomie : incubateurs culinaires, fermes urbaines, restauration traditionnelle accompagnée d'une autre activité (culturelle, éducative ou sportive).

Pour **le renouvellement de la concession du pavillon de l'Élysée**, la Ville de Paris a lancé en juin 2016 une consultation portant sur la rénovation et l'exploitation d'un établissement à usage de café, restaurant et lieu d'activités événementielles, destiné à la promotion des nouveaux chefs issus de la haute gastronomie.

Soutenir le projet de Cité de la gastronomie de Rungis

La Ville de Paris a adhéré au Syndicat d'études de la Cité de la gastronomie Paris-Rungis et de son quartier. Le programme pourrait comprendre un centre de congrès, une halle d'exposition, un centre d'interprétation muséal, un pôle de formation, une offre diversifiée de restauration de la brasserie au restaurant gastronomique de prestige, un pôle hôtelier et commercial.

L'OTCP met en avant la gastronomie sous ses différentes facettes à travers des actions de communication et de promotion

- des **rubriques dédiées à la gastronomie** sont mises en avant sur le site internet de l'office et dans sa newsletter digitale BtoB « ParisNews » ;
- l'OTCP publie chaque année le « **What's up in Paris** », qui valorise les innovations en matière d'hôtellerie-restauration ;
- la gastronomie est une thématique incontournable de chacun des **éducteurs** organisés par l'OTCP à Paris et des **opérations presse** comme Délicious Paris (100 journalistes internationaux accueillis durant 3 jours en janvier 2016).

Grâce au projet Grand Paris Express, la Cité de la gastronomie profitera en 2024 du prolongement de la ligne 14 du métro depuis Paris jusqu'à l'aéroport.

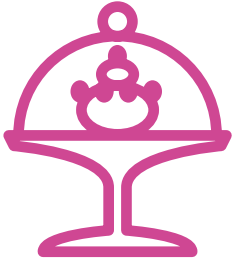
Soutenir les marchés alimentaires

Valoriser les marchés alimentaires auprès des touristes (promotions, animations, cours de cuisine, opérations presse...). Étudier la possibilité de créer un marché qui serait **un lieu vitrine du cosmopolitisme de la scène gastronomique parisienne**.

Mettre en avant les produits gastronomiques fabriqués à Paris (miel, vin, confiture...)⁶

Cette action de **valorisation** pourra se concrétiser par :

- le soutien aux producteurs : mise en avant de leurs produits dans des boutiques (concept à créer), des lieux d'accueil touristique (comme la boutique Paris Rendez-Vous) ou des corners chez des magasins partenaires ;
- leur valorisation auprès des opérateurs touristiques, comme le fait l'OTCP lors de petits-déjeuners découverte, par exemple ;
- leur dégustation et leur promotion lors des événements organisés par la Ville et ses partenaires.

**ACTION 11****CRÉATION DE LIEUX - VITRINES
DE LA GASTRONOMIE PARISIENNE**

Soutenir les innovations en matière de « food tourisme », en lien avec les plateformes d'innovation dédiées au tourisme et à la gastronomie : le Welcome City Lab et Smart Food.

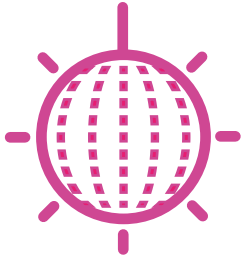
CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.

- **renouvellement des concessions sur les pavillons - 2016** : appel à idées et choix des destinations, mise en concurrence des sites jusqu'en 2018 ;
- **Cité de la gastronomie de Rungis - 2016** : adhésion au syndicat, et lancement des études en 2017 ;
- **Smartfood - 2016** : lancement opérationnel de Smart Food Paris et intégration de la première promotion, process reconduit chaque année.

5 <http://convention.parisinfo.com/choisir-paris/dix-raisons>

6 Cf. fiche-action 8 « Développement du tourisme de "savoir-faire", promotion du "fabriqué à Paris" et soutien de la singularité du tissu commercial parisien ».



ACTION 12

PROMOTION DES NUITS PARISIENNES À L'INTERNATIONAL POUR FAIRE DE PARIS UNE DESTINATION FESTIVE

CE QUI EST LANCÉ

La Mairie de Paris mène une politique active de soutien aux acteurs de la nuit :

- nomination d'un **Conseiller de Paris délégué à la nuit** et création du **Conseil de la nuit** avec un plan d'actions 2016 : la diffusion d'une vidéo sur les nuits parisiennes dans les vols Air France, le développement du volet Nuit des outils « Que Faire à Paris » / OTCP / CRT, une opération presse sur la nuit, en juin 2016 ;

- dans le cadre du **Conseil parisien de la musique**, un groupe de travail dédié à la promotion des musiques actuelles intègre le tourisme dans ses travaux ;
- dans le cadre du **Contrat de destination « Paris, ville augmentée »**, piloté par l'OTCP, un des cinq axes concerne la structuration et la promotion de l'offre nocturne parisienne.

LES ACTIONS À VENIR

Mieux communiquer sur l'offre nocturne parisienne en France et à l'international

- **créer une signature pour les nuits parisiennes** : déterminer un positionnement et créer une signature permettant à Paris de mieux s'afficher comme destination festive, jeune, contemporaine ;
- **renforcer la communication sur les nuits parisiennes à l'international**, en lien avec le Maedi (ministère des Affaires étrangères et du Développement international) et Atout France :
 - soutenir, en lien avec l'OTCP, des campagnes de communication mutualisées avec les syndicats d'établissements (ex. : opération de communication « Paris capitale des cabarets » en octobre-novembre 2016), et en lien avec les tour-opérateurs et les hôteliers ;
 - utiliser des sites web de recommandations et les sites internet de réservation d'hôtels ;
 - créer et diffuser un magazine à la sortie des grands festivals internationaux ;
 - relayer les offres du type « night trips », proposées par Thalys, Eurostar... ;
 - s'appuyer sur les Français de l'étranger et les sites des groupes d'expatriés pour faire de la promotion ciblée ;
 - réaliser des supports de communication (vidéo, affiches/bornes/flyers en sortie de clubs...);

- organiser des opérations d'accueil de presse sur le thème de la nuit, en lien avec l'OTCP ;
- réaliser une exposition sur les nuits parisiennes (mai à juin 2017).

Favoriser une connaissance mutuelle des professionnels de la nuit et du tourisme

- **organiser des visites de nuit et des séminaires de formation croisée** pour les professionnels du tourisme, de la culture, et du sport, et les acteurs de la vie nocturne ;
- inciter les prestataires à la création **d'une offre étoffée et diversifiée « After work / Nuit »**, à destination des organisateurs de congrès ;
- réaliser **une étude sur le poids et les retombées économiques du secteur « tourisme nocturne »** (par l'OTCP/CCIP/Apur ou Maedi/Atout France).

Mieux accueillir les touristes la nuit

- **créer des points d'accueil, d'information, de prévention et d'assistance** à destination des noctambules et des touristes⁷ ;
- créer **un référentiel qualité « nuit »** via la démarche Qualité TourismeTM, pilotée par l'État, et qui nourrira le label en cours de création par le Conseil de la nuit ;
- mettre en place **un « pass nuit »** donnant accès à des événements et commerces, ouvert en soirée.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2016 :

- lancement de la démarche marketing sur la nuit ;
- lancement du premier agenda des événements via le site de l'OTCP ;
- opération de communication pour la promotion des cabarets parisiens.

2017 :

- étude sur le secteur « tourisme nocturne » ;
- exposition sur les nuits parisiennes ;
- création du référentiel Nuit pour Qualité TourismeTM ;
- création d'une offre « After Work / Nuit » pour les touristes d'affaires ;
- étude de la création d'un « pass nuit ».

⁷ Cf. également le projet de « care points » dans la fiche-action 38 « Mise en œuvre du Plan de sécurité des touristes ».



ACTION 13

STRUCTURATION ET PROMOTION DE L'OFFRE DE TOURISME LGBT

CE QUI EST LANCÉ

La culture LGBT (lesbiennes, gays, bi et trans) est une composante forte de l'identité et de l'attractivité de Paris que la Ville soutient à travers :

- la signature d'une convention d'objectifs avec l'Inter-LGBT, association organisatrice de la **Marche des Fiertés** à Paris, vient concrétiser le partenariat régulier avec la Ville de Paris. Il s'agit de confirmer une nouvelle fois l'inscription de la Marche des Fiertés dans le calendrier des événements importants parisiens, tout en projetant le développement de la Quinzaine des Fiertés ;
- Paris accueille régulièrement des événements LGBT à Paris, dans plusieurs domaines. On peut d'abord citer le domaine du sport, avec le **Tournoi international de Paris** qui rassemble depuis 2004 plusieurs centaines de participants durant 4 jours, à l'initiative de la Fédération sportive gaie et lesbienne. Cette fédération, membre de l'association Paris 2018, participe à l'organisation de la dixième édition des **Gay Games** (voir ci-dessous). Il faut également évoquer différents festivals qui abordent la question LGBT, notamment le festival Loud and Proud, qui se déroule à la Gaîté Lyrique, le festival des cultures LGBT, organisé par le Centre LGBT, ou encore les festivals de cinéma tels que Chéries Chéris et Cineffable ;
- depuis 2016, la Ville de Paris est membre du **réseau Rainbow Cities**. Ce réseau organise des échanges, au niveau des villes, sur les questions de politiques publiques en faveur des LGBT. L'adhésion de la Ville de Paris lui permettra de partager les résultats des différentes études menées par Rainbow Cities et de structurer la visibilité qu'elle souhaite offrir aux LGBT dans la ville ;

- l'**Office de tourisme et des congrès de Paris** dispose d'un espace web sur son site internet avec des informations présentant les différents temps forts de la culture LGBT à Paris. Un article dédié, « Bars et clubs LGBT à Paris », a été mis en ligne sur Parisinfo.com, à l'occasion de la Gay Pride 2016 : les bars, les clubs et les soirées incontournables. Lien : <http://www.Parisinfo.com/ou-sortir-a-paris/infos/guides/bars-et-clubs-gays-et-lesbiens-paris> ;
- l'Office de tourisme et des congrès de Paris rassemble également un certain nombre d'adhérents et de partenaires, acteurs identifiés de la filière :
 - Parismarais.com : un guide touristique consacré au quartier du Marais et à sa diversité, qui propose des hôtels LGBT friendly ;
 - PFA Travel : une agence de voyage réceptive, spécialisée dans la location d'appartements meublés, avec services de conciergerie ; gay friendly ;
 - Paris GayVillage : association qui réunit des Parisiens souhaitant s'impliquer dans la promotion et le développement du tourisme LGBT à Paris. Offre de visites guidées par des guides-conférenciers ou des greeters ;
 - My Home For You : chambres d'hôtes à Paris gay friendly.

LES ACTIONS À VENIR

Organiser un événement de la Ville de Paris en faveur des cultures LGBT

À la demande de la Maire de Paris, une mission d'information a été lancée pour évaluer les perspectives de promotion de la culture LGBT au sein de la ville. L'objectif est de faire de Paris une ville pleinement gay friendly, pour signifier fortement le soutien de la municipalité à cette communauté, en termes de promotion des droits humains. Pour ce faire, il est notamment envisagé d'organiser un événement dédié, afin de valoriser l'apport et l'affirmation des cultures LGBT à Paris. Cette initiative permettra d'offrir un espace d'expression et d'échanges institutionnels durant la Quinzaine des Fiertés.

Accueil des Gay Games

La Ville de Paris est entièrement mobilisée pour accueillir l'événement important que représentent les Gay Games, du 1^{er} au 12 août 2018. Une conférence de presse à J-1000 a été organisée dans les salons de l'Hôtel de Ville pour lancer le compte à rebours officiel. Depuis, la Ville de Paris engage d'importants travaux dans ses espaces sportifs destinés à accueillir les différentes épreuves. L'événement dépasse largement la simple compétition sportive et fait la part belle à la mobilisation citoyenne, derrière le slogan de cette dixième édition : « All Equal ». Les organisateurs, en lien avec la Ville de Paris, s'attachent à associer cet événement sportif à des événements culturels et scientifiques pour diffuser les valeurs de respect, d'humanisme, de liberté et de fraternité.



ACTION 13

STRUCTURATION ET PROMOTION DE L'OFFRE DE TOURISME LGBT

Développement de la Quinzaine des Fiertés et du festival des cultures LGBT

Faire une place aux cultures LGBT dans la cité, c'est aussi développer les temps forts déjà identifiés. En lien avec l'ensemble des acteurs du secteur, associations et professionnels, la Ville de Paris s'attachera à amplifier la visibilité locale, nationale et internationale de la Quinzaine des Fiertés. À l'image des rendez-vous très repérés de l'industrie de la mode à Paris, la Quinzaine des Fiertés de Paris a l'ambition de devenir un temps fort du territoire parisien.

Renforcement de la promotion de cette offre par l'OTCP

L'OTCP rédige actuellement un dossier « Paris LGBT », qui aura vocation à assurer la visibilité de l'offre de manière permanente. Les sujets suivants seront traités :

- Focus sur le Marais ;
- Les associations LGBT+ ;
- Shopping / Pratique ;
- Hébergements ;
- Bruncher, prendre un verre, restaurants ;
- Les sorties et la nuit.

Cette mise en ligne s'accompagnera ponctuellement d'un renforcement de la communication de l'OTCP concernant les événements LGBT parisiens, sur Parisinfo.com et sur les réseaux sociaux « Paris je t'aime ». La diffusion des guides et des cartes existants sur la thématique dans les espaces d'accueil sera également systématisée, notamment en lien avec Paris Gay Village pour son expertise sur les contenus. Parismarais.com édite également une carte du Marais qui recense les établissements LGBT ou friendly.

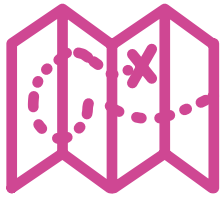
CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.

2016 : adhésion au réseau Rainbow Cities.

2017 :

- accueil des Gay Games ;
- remise du rapport de la mission d'information sur le tourisme LGBT.



ACTION 14

DÉVELOPPEMENT DES BALADES URBAINES FAISANT DÉCOUVRIR LE PARIS DES PARISIENS, LE PARIS ALTERNATIF ET INSOLITE

CE QUI EST LANCÉ

L'OTCP répond à la demande des touristes de découvrir le « Paris des Parisiens » via plusieurs de ses adhérents « visites guidées », qui proposent des balades à pied, des découvertes de quartier (histoire, art, littérature, grands personnages...), des activités de découverte (gastronomie, shopping, œnologie, activités

créatives...) et de partage (repas chez les Parisiens...). Cette offre est promue grâce à une brochure bilingue et sur le site internet, complétée par un dossier étoffé « Citybreakers » présentant les quartiers de Paris hors des sentiers battus avec des vidéos de présentation de la ville par ses habitants.

LES ACTIONS À VENIR

Il s'agira ici de structurer l'offre de tourisme urbain, puis de la promouvoir pour mieux la faire connaître des citybreakers, dont la demande pour ce type de produit touristique est de plus en plus forte.

Recenser les offres permettant de découvrir un Paris hors des sentiers battus, authentique et insolite

- les parcours, par thèmes : mémoire⁸, patrimoine, parcs et jardins, street art, art, lieux de tournage, cosmopolitisme... ;
- l'offre touristique de découverte des quartiers par leurs habitants (individuels ou via des plateformes collaboratives)⁹ ;
- les offres de découverte de Paris par le jeu (tendance de la gamification)...

Structurer et promouvoir ces offres¹⁰

- créer des parcours thématiques dans les rues de Paris à l'aide de panneaux multilingues, en lien avec la stratégie piétons ;
- réaliser des cartographies numériques (base de données) libres de droits, mises en ligne sur Paris.fr, Parisinfo, « Que Faire à Paris »... ;
- mettre en valeur les acteurs de l'économie sociale et solidaire ;
- promouvoir cette offre touristique en ligne, sur une plateforme ou dans une rubrique dédiée comme « le Paris des Parisiens » de l'OTCP, sur « Que Faire à Paris ».

Susciter et soutenir l'innovation via le Welcome City Lab, les expérimentations et l'open data pour favoriser le développement de nouveaux services.

Ce plan d'actions doit être réalisé avec l'aide des partenaires : l'OTCP et les acteurs du Contrat de destination « Paris, ville augmentée », Paris Musées ou encore les membres volontaires du Comité de la destination Paris.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2016 : constitution du réseau d'interlocuteurs, identification et recensement de l'offre.

2017 : création et mise en valeur des offres.

2017-2019 : accompagnement des acteurs et promotion / aide à la commercialisation de l'offre.

⁸ Cf. fiche-action 19 « Création de parcours et d'événements autour du tourisme de mémoire ».

⁹ Cf. fiche-action 22 « Création de marques de quartiers pour faire émerger les nouveaux quartiers touristiques de Paris ».

¹⁰ Cf. fiche-action 33 « Renouvellement des Panneaux "Histoire de Paris" ».



ACTION 15

ACCUEIL DE GRANDS ÉVÉNEMENTS À PARIS, LEVIERS D'ATTRACTIVITÉ ET DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE

CE QUI EST LANCÉ

La Ville de Paris a été organisatrice de 7 expositions universelles et de jeux olympiques et paralympiques. Les candidatures aux grands événements sont abordées avec la volonté de catalyser, accélérer et amplifier les axes de développement de la politique municipale. L'accueil de ces événements implique toutes les directions de la Ville et de nombreux partenaires, selon un schéma de coordination (mode projet et équipe intégratrice).

Par ailleurs, Paris et sa métropole offrent une multitude d'événements culturels annuels de formats plus modestes, qui constituent une offre inégalée. Il s'agit principalement sur cet axe de procéder à la structuration et la coordination dès l'amont, puis une promotion et une communication nationale et internationale.

LES ACTIONS À VENIR

Accueillir un grand événement international par an d'ici 2024

- créer un **groupe de référents** Ville, OTCP, départements limitrophes pour identifier et recenser les événements à mettre en tourisme et promouvoir ;
- créer un **agenda partagé pluriannuel des événements** accompagnant les politiques municipales¹¹ ;
- benchmarker les événements internationaux non encore organisés à Paris (en particulier les événements innovants, comme le e-sport) pour identifier au moins 4 événements majeurs pour les années 2020, 2021, 2022 et 2023, auxquels candidater ;
- concevoir un **appel à projets pour l'organisation d'un ou plusieurs événements internationaux** originaux, parisiens et métropolitains, pour les années 2019, 2020, 2021, 2022, 2023... ;
- **faire candidater** les fédérations sportives à l'organisation des compétitions internationales sportives pour les années 2020, 2021, 2022 et 2023 ;
- assurer la **qualité de l'accueil des événements programmés** : Handball 2017, Ryder Cup 2018, Gay Games 2018, Coupe du monde de football féminin en 2019, candidature de Paris aux JO 2024 et à l'expo universelle 2025... ;
- s'appuyer sur ces événements pour expérimenter des solutions innovantes en matière d'accueil (par exemple le MOOC (Massive Open Online Course) et les bornes phygiales, durant l'Euro 2016).

Développer le potentiel touristique des grands événements parisiens

- identifier les **événements parisiens ayant un fort potentiel touristique** (Nuit Blanche, Journées du patrimoine, Journée sans voiture, Festival des musiques actuelles, événements sportifs comme le Marathon de Paris, piétonisation mensuelle des Champs-Élysées, Paris Plages...) ;
- les **promouvoir à l'international** : traduction des programmes en langues étrangères, communication auprès du secteur touristique par l'OTCP et d'autres partenaires, et sur les réseaux sociaux de la Ville, négociation d'offres combinées hôtellerie / transport ;
- s'appuyer sur **des volontaires pour améliorer l'accueil** (comme, par exemple, « Les volontaires de Paris » durant l'Euro 2016) ou en s'appuyant sur des associations œuvrant dans le tourisme participatif ;
- développer les **solutions technologiques pour optimiser l'accueil** dans l'espace public (mobilier urbain intelligent, services applicatifs numériques et digitaux, équipements des personnels).

Faire du 31 décembre un événement touristique majeur

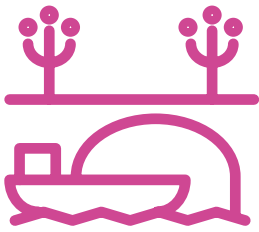
- renforcer la communication autour de l'événement, en lien avec l'OTCP ;
- créer **des animations spectaculaires**.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

Obtention de l'accueil d'un grand événement international par an jusqu'aux JO 2024.

11 Pour les expositions / événements temporaires, cf. la fiche-action 21 « Création d'événements et de saisons parisiennes pour rythmer l'année touristique ».



ACTION 16

AMÉNAGEMENT DES BERGES, LANCEMENT DE « RÉINVENTER LA SEINE », DÉVELOPPEMENT DE LA BAIGNADE POUR FAIRE DE LA SEINE UN AXE MAJEUR DU TOURISME

CE QUI EST LANCÉ

Le soutien aux acteurs du tourisme fluvial

La convention liant la Ville de Paris et Haropa Ports de Paris comprend plusieurs actions visant à soutenir la filière des croisières sur Seine, avec ou sans hébergement (ex. : amélioration de la gestion des escales, aménagements d'aires de déposes-reprises par les autocars...).

La Ville et l'OTCP soutiennent également cette filière par des actions de promotion et de communication.

Le lancement du projet « Réinventer la Seine »

Capoter les flux touristiques, stimuler les activités qu'ils créent et qui s'installent le long du fleuve, tout en répondant aux défis environnementaux actuels, constituent des enjeux régionaux et nationaux majeurs pour la ville-monde, et la Seine peut contribuer à y répondre.

La Ville de Paris et les collectivités partenaires lancent donc « Réinventer la Seine », un appel à projets international portant sur 42 sites qui jalonnent l'axe Seine (23 en Île-de-France, dont 15 à Paris, 10 à Rouen et 9 au Havre).

Le réaménagement et l'animation des berges de la Seine

La Ville de Paris a initié un processus de reconquête des berges de la Seine, qui a permis en 2013 de piétonner et d'aménager sur la rive gauche des pistes cyclables sur un espace de 4,5 hectares entre le pont Royal et le pont de l'Alma. Plus de 5 millions de visiteurs ont pu en profiter.

Sur les berges rive droite, des opérations événementielles Paris Plages, menées depuis 2002, offrent des activités ludiques et sportives au public durant l'été.

LES ACTIONS À VENIR

Accompagner la croissance de la filière de croisière sur Seine et valoriser l'axe Seine

La Mairie de Paris souhaite accompagner l'essor de cette filière :

- contribution à la réflexion en cours, menée par Haropa Ports de Paris, relative à la création **d'un terminal de croisière** ;
- mise en place d'actions de **promotion et de communication** avec l'OTCP (accueils presse...)
- soutien aux **innovations et expérimentations**, comme le développement des modes de transports innovants et alternatifs (ex. : véhicules amphibies)¹² ;
- coopérations avec le Comité départemental du tourisme du 94 pour développer le **tourisme fluvial sur la Marne et la Seine** : croisières, découverte des guinguettes des bords de Marne et de Seine, activités nautiques (canoë, kayak, ski...).

Mettre en œuvre l'appel à projets « Réinventer la Seine »

Les projets sélectionnés devront tous présenter 4 dénominateurs communs : l'innovation dans le rapport à la Seine, aux canaux

et, de manière plus large, à l'eau, un caractère multidimensionnel, l'ouverture au public et l'excellence sociale et environnementale.

Réaménager les berges de Seine rive droite

Fort du succès du réaménagement des berges rive gauche, la Ville de Paris poursuit cette dynamique sur la rive droite avec le projet de **relier la place de la Bastille et la tour Eiffel**. Cette opération répond également aux objectifs de préservation et de renforcement de la nature dans Paris.

Le canal de l'Ourcq, le canal Saint-Martin et le canal Saint-Denis bénéficient d'une démarche analogue, en collaboration avec les collectivités voisines.

Permettre la baignade dans la Seine

Dans la perspective des JO 2024, la Ville de Paris souhaite que le fleuve puisse redevenir **l'espace de baignade** qu'il fut par le passé pour organiser des compétitions dans la Seine dès 2017 et y accueillir le grand public en 2024.

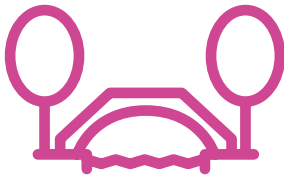
CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.

À partir de 2016 : étude Haropa Ports de Paris pour la création d'un terminal de croisière, renforcement de la communication

sur le tourisme fluvial (accueil presse avec l'OTCP), lancement de l'appel à projets « Réinventer la Seine » et réaménagement des berges de Seine rive droite.

¹² Cf. fiche-action 46 « Développement des mobilités touristiques douces et réorganisation des pôles touristiques parisiens ».



ACTION 17

DÉVELOPPEMENT DU POTENTIEL TOURISTIQUE DES CANAUX PARISIENS

CE QUI EST LANCÉ

Tout en conservant leurs fonctions d'origine d'aqueducs et d'infrastructures de transports, les canaux parisiens, longs de 130 km, sont aujourd'hui des lieux touristiques et de festivités importants à Paris.

C'est pourquoi la Ville souhaite développer et mettre en valeur d'un point de vue touristique ces canaux pour faire :

- **du canal Saint-Martin et du bassin de la Villette, un espace de festivités et de convivialité** (30 manifestations artistiques, culturelles et sportives ont ainsi eu lieu en 2015 avec le soutien de la Ville) ;

- **du canal Saint-Denis, l'axe d'un passé industriel en voie de mutation** (6 manifestations ont eu lieu en 2015) ;
- **du canal de l'Ourcq, un axe structurant de reconquête urbaine et de développement touristique** (une dizaine de manifestations y ont lieu chaque année comme l'Été du Canal organisé par le CDT 93 avec le soutien de la Ville de Paris).

LES ACTIONS À VENIR

Développer les activités sportives et culturelles le long des canaux

- **développer la baignade dans le bassin de la Villette** pour que la nage soit effective pour l'été 2017 ;
- **développer les « sports de loisirs »** : paddle, canoë-kayak... ;
- **accompagner la pêche urbaine** ou « street fishing » pendant la période estivale ;
- **développer les balades** le long des canaux ;
- **lancer la « Street Art Avenue »** qui reliera la Ville de Saint-Denis au Parc de la Villette. Ce projet (dans le cadre des JO 2024) vise à mettre en valeur les arts urbains le long du canal Saint-Denis ;

- **mettre en valeur les ponts, passerelles et écluses** du canal Saint-Martin et du canal Saint-Denis : valorisation de l'écluse du canal Saint-Martin, mise en lumière des eaux du bassin de la Villette, réalisation d'un film d'animation ou d'un spectacle son et lumière sur la voûte République ;
- **développer les visites de l'usine de Trilbardoux** en Seine-et-Marne, classée monument historique, et y aménager un centre d'hébergement pour accueillir des touristes et des centres de loisirs.

Développer des ports de plaisance

- **deux ports sont programmés** : l'un à Pantin, de 50 anneaux, et l'autre à Saint Denis, avec 26 anneaux en 2024.

Valoriser le patrimoine des canaux parisiens

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.

2017 : baignade dans les bassins de la Villette.

2019 : valorisation du patrimoine des canaux.

2022 : ports de plaisance.



ACTION 18

OUVERTURE DE NOUVEAUX ESPACES VERTS (PETITE CEINTURE), DÉVELOPPEMENT DE PARCOURS ET ANIMATIONS DANS LES BOIS, PARCS ET JARDINS

CE QUI EST LANCÉ

La Ville de Paris valorise le potentiel touristique de ses espaces verts à travers plusieurs actions.

La création des « Balades du Paris durable » pour découvrir la biodiversité et les terroirs parisiens

- 20 itinéraires pédestres ont été réalisés pour découvrir les richesses patrimoniales naturelles et les aménagements exemplaires en matière d'écologie urbaine. Ces visites peuvent être réalisées à l'aide d'une application mobile (français-anglais) ou dans le cadre de visites par des conférenciers de la Ville de Paris ;
- cette offre est valorisée par l'OTCP sur son site web et via des brochures.

Des animations dans les kiosques des espaces verts

La Ville a lancé un appel à projets pour inciter les Parisiens à se réapproprier les kiosques à musique et à faire la fête dans les espaces verts. Un programme d'animations (musique, théâtre, spectacles, arts de la rue, démonstrations et pratiques sportives...) est mis en œuvre chaque année.

La redécouverte des bois et 500 parcs et jardins de Paris

- plus de 1 500 événements par an y sont organisés ;
- le **Jardin botanique de Paris** exerce ses missions de conservation, d'étude, d'échanges et d'éducation dans 4 sites prestigieux : le jardin des Serres d'Auteuil, le Parc de Bagatelle, le Parc floral, l'Arboretum. Ont été mis en place une signalétique pédagogique, un programme de visites guidées et une exposition sur les 4 sites ;

- les **bois de Boulogne et de Vincennes**, qui constituent les plus grands espaces verts de la capitale, offrent de multiples activités ;
- la **Coulée verte et la Petite ceinture** font l'objet d'une mise en valeur et contribuent à la découverte de Paris de manière insolite.

Le développement de l'agriculture urbaine

Depuis 2014, de nombreuses activités autour de l'agriculture urbaine ont été lancées :

- des **activités de découverte de l'agriculture et de l'élevage** : à la Ferme de Paris (bois de Vincennes) et dans les mini-fermes pédagogiques. Le programme « des fermes en ville » vise à déployer dans les espaces parisiens des mini-fermes pédagogiques ;
- des **visites des jardins partagés, portés par des citoyens agriculteurs**, ont pour objet de développer des liens sociaux de proximité, par le biais d'activités de jardinage, culturelles ou éducatives ;
- la **découverte des systèmes de production agricoles urbains innovants**, exploités par des professionnels : depuis le lancement en 2013 d'un appel à projets sur les végétalisations innovantes, des expérimentations de nouvelles formes d'activités agricoles urbaines ont été réalisées. Plusieurs projets lauréats, déployés en 2014-2015, ouvrent désormais leurs portes.

LES ACTIONS À VENIR

Paris souhaite être davantage perçu comme une destination « verte » et souhaite faire de la nature en ville un véritable attrait touristique. Il s'agira de :

Développer les « Balades du Paris durable » et la découverte des terroirs parisiens

- traduire les balades en langues étrangères et en faire des parcours touristiques ;
- ouvrir en open data l'ensemble des données relatives à la faune et à la flore ;
- actualiser l'offre sur la nouvelle végétalisation urbaine, élevage à Paris, vignes, culture du houblon et brasseries ; fontaines de l'Albien, jardins cachés, jardins partagés... ;

Développer et valoriser les animations réalisées dans les kiosques à musique

- mettre en œuvre un programme d'animations annuel ;
- communiquer le programme à l'OTCP, afin de valoriser ces animations auprès des visiteurs.

**ACTION 18**

OUVERTURE DE NOUVEAUX ESPACES VERTS (PETITE CEINTURE), DÉVELOPPEMENT DE PARCOURS ET ANIMATIONS DANS LES BOIS, PARCS ET JARDINS

Améliorer l'offre touristique des espaces verts, parcs et jardins de Paris

- améliorer la **signalétique** dans les deux bois parisiens ;
- développer les **animations** dans les espaces verts : parcours de randonnée et activités sportives, zoo et Jardin d'acclimatation, fondation Louis Vuitton, hippodromes, théâtre, fêtes et festivals... ;
- communiquer sur l'**ouverture 24h/24** de la moitié des surfaces des espaces verts parisiens ;
- ouvrir de nouveaux espaces verts au sein de la **Petite ceinture** ;
- **créer un parcours touristique « Nature »** depuis la Coulee verte jusqu'à Vincennes pour développer l'attractivité de la promenade plantée et découvrir Paris de manière insolite ;
- au Jardin botanique de Paris : mettre en place un **service numérique en audio multilingue** sur smartphones, téléchargeable en Wi-Fi à l'entrée des sites ou sur Internet (permettra aussi une accessibilité universelle), associé à des visites guidées adaptées.

Développer les activités de découverte de l'agriculture urbaine et les fermes urbaines

- **installer des fermes urbaines pédagogiques** dans plusieurs jardins publics et mettre en œuvre une programmation de fermes mobiles permettant d'aller à la rencontre des habitants ;
- soutenir les initiatives de **transhumances urbaines** ;
- développer les visites de **jardins partagés** ;
- lancer l'appel à projets ouvert aux « Parisculteurs » pour **végétaliser la capitale** (47 sites parisiens mis à disposition pour y développer des projets d'agriculture urbaine et de végétalisation).

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

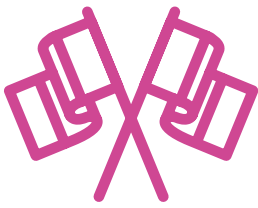
Objectif de réalisation 2019.

2016 :

- publication de nouveaux parcours dans l'application « Balades du Paris durable », à intégrer sur les bornes phygiales (Euro 2016) et sur les abris voyageurs ;
- programme de visites guidées et d'expositions au Jardin botanique et expérimentation du service numérique ;
- animations dans les kiosques ;
- déploiement d'une deuxième ferme urbaine pédagogique ;
- sélection des lauréats du projet « Parisculteurs ».

2017-2019 :

- mise en place de visites guidées adaptées au Jardin botanique ;
- signalétique à étudier en lien avec les comités des bois (réunion chaque année) ;
- promotion et communication des offres d'animation et des offres touristiques présentes dans les espaces verts parisiens auprès des touristes ;
- étude de l'intégration de ces offres dans les packages OTCP ;
- projet transhumance.



ACTION 19

CRÉATION DE PARCOURS ET D'ÉVÉNEMENTS AUTOUR DU TOURISME DE MÉMOIRE

CE QUI EST LANCÉ

Le tourisme de mémoire désigne au sens strict la valorisation des sites mémoriels liés aux conflits contemporains. **Il s'entend ici de manière large, comme la valorisation touristique de l'histoire de Paris.**

Quelques exemples d'actions menées jusque-là pour soutenir le tourisme de mémoire :

- conférence Roger Grenier : parcours d'un journaliste résistant dans le Paris insurgé d'août 1944 ;

- lancement du mémorial virtuel 1914-1918, avec carte interactive des lieux de mémoire des morts de la Grande Guerre ;
- financement de l'application smartphone « Gens de Paris », qui permet, grâce à des récits audio et localisés, de retracer l'histoire vivante des gens de Paris, d'hier et d'aujourd'hui.

LES ACTIONS À VENIR

Il s'agira de développer l'offre de tourisme de mémoire, à travers l'organisation d'événements autour de la mémoire et de l'histoire de Paris, et la création de parcours historiques.

Valoriser et coordonner les événements mémoriels

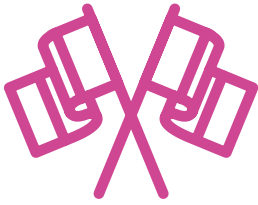
La période 2017 et 2020 sera particulièrement riche en dates anniversaires et en commémorations, autour desquelles un travail de structuration d'une offre touristique sera nécessaire, notamment :

- **en 2017 : le centenaire de l'entrée en guerre des USA**, comportant une exposition à l'Hôtel de Ville et de nombreuses manifestations, notamment autour du jazz, dans une thématique « An American in Paris » ;
- en 2018 :
 - **le centenaire de l'armistice du 11 novembre 1918**, avec l'inauguration du monument aux morts parisiens – berges de Seine et de nombreuses manifestations ;
 - **le cinquantenaire de Mai 68** ;
- **les cent ans d'olympisme parisien** : de Coubertin à la candidature de 2024.

Il s'agira en outre de valoriser un calendrier de temps forts, cohérent, rattaché au contexte touristique et culturel, à partir des calendriers existants de l'État, de la Ville (voir aussi le Haut comité aux Célébrations nationales). Ce calendrier sera présenté et valorisé ensuite auprès des partenaires (OTCP, agences de voyages, tour-opérateurs, éditeurs...). La DMPA (Direction de la mémoire, du patrimoine et des archives) sera systématiquement sollicitée pour s'assurer de la cohérence de ce calendrier avec les grands événements commémoratifs nationaux liés aux conflits contemporains.

Structurer l'offre parisienne de parcours de mémoire et de patrimoine en s'appuyant notamment sur les panneaux « Histoire de Paris »

- **établir un inventaire** de l'existant pour lister et qualifier l'ensemble des parcours mémoriels et des points d'intérêt historique pour établir une base de données complète de Paris à travers ses parcours (identifier un format transversal aux directions de la Ville pour alimenter cette base avec des contenus complémentaires et inédits) ;
- **diffuser du contenu relatif à la mémoire et signaler les parcours historiques et mémoriels grâce aux panneaux « Histoire de Paris »** (dont le marché va prochainement être renouvelé), aux 100 écrans tactiles déployés sur les abris voyageurs ou d'autres mobiliers urbains pouvant être identifiés dans le cadre de la stratégie piétons... ;
- **créer des parcours thématiques physiques** à l'aide de panneaux directionnels multilingues, en lien avec la stratégie piétons et/ou d'applications :
 - un projet de parcours sur la valorisation du patrimoine mémoriel parisien et de proche banlieue pourrait être envisagé, en lien avec les services de l'État, afin de poursuivre les travaux initiés par le CDT 93 ;
 - un projet de parcours sur la **Révolution française** présentant les hauts lieux de la révolution dans Paris ;
 - la mise en valeur du jardin tropical, lieu abritant de nombreux monuments et stèles liées aux armées coloniales et armées d'Afrique ;
 - un partenariat avec la direction des Hauts lieux de mémoire d'Île-de-France (Office national des anciens combattants) pour une meilleure connaissance de ces lieux ;
- **créer une cartographie numérique libre de droits** : cette base de données serait compilée sous la forme d'un mapping général, centralisé sur Paris.fr, Parisinfo et/ou sur une application (générale ou thématisée).

**ACTION 19****CRÉATION DE PARCOURS
ET D'ÉVÉNEMENTS AUTOUR
DU TOURISME DE MÉMOIRE****Contribuer à la politique de tourisme de mémoire
pilotee par l'État**

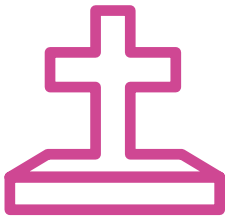
La Ville de Paris contribuera :

- à l'alimentation de la démarche d'observation de la fréquentation et des retombées économiques des sites de mémoire, engagée par la DGE (Direction générale des entreprises) et la DMPA (à travers la mobilisation éventuelle de l'OTCP) ;
- au déploiement de la démarche Qualité Tourisme™ spécifique aux sites de mémoire, réalisée par la DGE, pour laquelle la DMPA a été désignée partenaire. La Ville pourrait se positionner, en tant que relais local pour sensibiliser les sites parisiens à s'engager dans la démarche ;

- au groupe de travail dédié au tourisme de mémoire, animé par la DGE et réunissant les conseillers tourisme des Direccte, ainsi que la DMPA, et se positionnera, le cas échéant, sur les actions qui en découleront.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.



ACTION 20

ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE DANS LES CIMETIÈRES, EN PARTICULIER AU PÈRE LACHAISE

CE QUI EST LANCÉ

Les cimetières parisiens sont des lieux fortement fréquentés par les touristes. Au Père Lachaise, en particulier, on estime le nombre de touristes à près de 3 millions de personnes chaque année.

L'accueil touristique repose actuellement sur la distribution de

plans papiers à l'entrée des cimetières, et une offre de visites guidées, de qualité hétérogène et non contrôlée, se développe.

Néanmoins, cet accueil est aujourd'hui insuffisamment structuré et les quartiers bénéficient peu de ces flux touristiques.

LES ACTIONS À VENIR

Sauvegarder le patrimoine des cimetières, qui se dégrade actuellement, grâce à un plan de rénovation dédié.

Améliorer l'accueil et l'information touristique :

- étudier l'implantation de points d'information à proximité des cimetières ;
- diffuser des plans touristiques par la Ville ou par des éditeurs spécialisés ;
- mettre à disposition des données sur les sépultures pour faciliter le développement d'applications de parcours de visite ;

- mettre à disposition des toilettes ;
- repenser la signalétique.

Réguler les visites guidées :

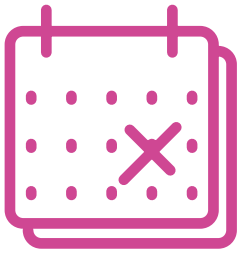
- accréditation de guides par la Ville de Paris pour une information correcte des touristes ;
- étudier la pertinence de la mise en place d'une redevance pour l'occupation du domaine public.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.

2017-2019 : amélioration de l'accueil et de l'information au Père Lachaise.

D'ici à 2022 : plan de rénovation des cimetières à intérêt touristique.



ACTION 21

CRÉATION D'ÉVÉNEMENTS ET DE SAISONS PARISIENNES POUR RYTHMER L'ANNÉE TOURISTIQUE

CE QUI EST LANCÉ

La fréquentation touristique à Paris est soumise à des effets de saisonnalité avec des périodes « creuses », constatées de janvier à mars, en août (en raison de l'absence des touristes d'affaires, qui comptent pour 40 % du visitorat parisien) et en novembre. De plus, les flux touristiques se concentrent sur les sites touristiques les plus emblématiques, impliquant une saturation de l'hypercentre parisien.

Ces deux constats amènent à penser une **stratégie de gestion des « temps creux »** et des pics de fréquentation touristique dans l'année, et à diversifier l'offre, à la fois dans le temps, dans l'espace et dans sa nature.

Une **mesure de la fréquentation par l'OTCP**, à l'aide d'outils comme Orange Flux Vision, permet déjà de suivre les flux et d'identifier les creux et les pics de manière fine.

LES ACTIONS À VENIR

Créer des « saisons parisiennes » pour rythmer l'année parisienne

S'appuyer sur des événements existants pour rythmer l'année parisienne et thématiser la Ville autour de « saisons parisiennes » :

- **constituer un calendrier des événements à venir et construire des saisons autour de ces événements** : créer et valoriser une offre de tourisme et de loisirs autour d'un événement, agréger des événements touchant la même thématique et proches dans le temps pour leur donner plus de résonance, créer des liens entre un événement et un salon... ;
- **thématiser la Ville aux couleurs de ces saisons**, en partenariat avec les grands acteurs parisiens (ex. : opération menée par la Mairie et ADP (Ateliers de Paris), « La mode aime Paris », autour de la Fashion week) ;
- **organiser un événement de lancement** de chaque saison et des campagnes de communication.

Créer des événements nouveaux pour stimuler la fréquentation touristique durant les périodes creuses

Créer des événements (pérennes ou éphémères) **durant les mois creux** : de janvier à mars, en août et en novembre, pour renouveler l'offre et nourrir le sentiment qu'il se passe toujours quelque chose à Paris, par exemple :

- une « saison des festivals » pourra être créée durant la période estivale ;
- un événement autour des cabarets sera créé en octobre-novembre 2016.

Étendre les horaires de visite pour offrir des expériences touristiques à toute heure

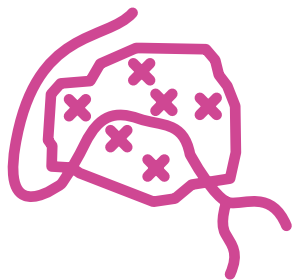
Proposer :

- aux sites culturels (musées, monuments) un calendrier hebdomadaire de nocturnes plus équilibré : à chaque jour sa nocturne pour une vie culturelle parisienne élargie ;
- des visites de sites en nocturnes (très tardives) ;
- des ouvertures exceptionnelles scénarisées de lieux classiques pour les découvrir différemment ;
- des ouvertures le matin avant 10 h, des « matinales ».

Ces pistes seront étudiées au cas par cas, dans le cadre de réflexions avec les sites ou groupes de sites concernés et volontaires.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.



ACTION 22

CRÉATION DE MARQUES DE QUARTIERS POUR FAIRE ÉMERGER LES NOUVEAUX QUARTIERS TOURISTIQUES DE PARIS

CE QUI EST LANCÉ

L'OTCP met en valeur des quartiers de Paris hors des sentiers battus sur ses réseaux sociaux, et sur son site internet : dans le dossier « **Citybreakers : quel quartier pour quelle ambiance** » et « le Paris des Parisiens », à travers ses opérations de promotion et d'accueil de presse qui permettent de découvrir les différentes facettes du territoire parisien.

L'application de la Ville de Paris « **Que Faire à Paris** » permet également de faire découvrir, à un public majoritairement francilien, les nouveaux quartiers touristiques de Paris.

LES ACTIONS À VENIR

Créer des marques fortes de quartier pour mieux valoriser les quartiers touristiques émergents

Les périmètres ci-dessous, pré-identifiés avec les mairies d'arrondissement, l'Apur et l'OTCP, seront analysés et précisés en concertation avec les acteurs institutionnels et privés locaux :

- **Montparnasse** : il s'agira de valoriser le 14^e au-delà de la tour, du cimetière et des catacombes pour faire découvrir aux visiteurs Denfert-Rochereau, le Parc Montsouris, la Cité universitaire, le quartier des artistes, des grandes brasseries et des villas art déco... ;
- **les Faubourgs ou le 11^e festif** : faire découvrir, de République à Bastille, un quartier populaire, engagé, quartier du commerce et de l'artisanat, mais aussi quartier jeune, en mouvement et feStif ;
- **Chinatown & le street art (13^e)** : valoriser un quartier cosmopolite, caractérisé par son quartier asiatique, sa vitalité, sa modernité, son architecture contemporaine et ses œuvres de street art ;
- **Paris Nature** : faire découvrir un Paris vert, de Bastille au bois de Vincennes et au zoo, en passant par la promenade plantée ;

- **Belleville-Ménilmontant-Père Lachaise** : il s'agira de capter les 3 millions de touristes qui viennent chaque année au Père Lachaise pour faire découvrir le « Paris-burg » (en référence au Williamsburg new-yorkais), le quartier de Ménilmontant et le Parc de Belleville ;
- **les canaux** : du canal Saint-Martin, à la Villette et à Pantin, avec un circuit romantique passant par les Buttes-Chaumont et la Mouzaïa ;
- **le Broadway parisien** : de Pigalle aux grands boulevards, le Paris des théâtres, des cabarets, des salles de concerts et de spectacles, et des cinémas.

Une fois les territoires arrêtés, créer, en lien avec les mairies d'arrondissement et les acteurs locaux, des **schémas locaux de développement touristique** qui permettront de structurer l'offre touristique dans ces territoires et de mieux la promouvoir auprès des visiteurs français et internationaux, en lien avec l'OTCP.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.



ACTION 23

DÉVELOPPEMENT DES COOPÉRATIONS MÉTROPOLITAINES SUR LE TOURISME

CE QUI EST LANCÉ

Plusieurs projets de développement touristique ont été lancés à l'échelle métropolitaine :

- une **stratégie partagée de développement hôtelier** au niveau métropolitain, entre la Ville et les collectivités voisines ;
- le **plan d'accompagnement de la candidature de Paris aux JO 2024** ;
- le **contrat de destination « Paris, ville augmentée »**, signé avec l'État en juin 2015 pour une durée de 3 ans par l'OTCP et ses partenaires (CDT 92, CDT 93, CDT 94, RATP, Welcome City Lab de Paris&Co, IREST - Université de Paris I et Atout France) ;

- la contribution de la Ville de Paris aux travaux de l'Atelier international du Grand Paris et à la mission Métropole pour le développement du tourisme dans le Grand Paris.

LES ACTIONS À VENIR

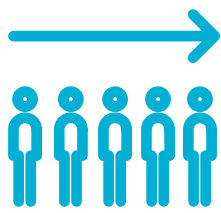
Faire de Paris une porte d'entrée pour découvrir la métropole et la région

- **développer à l'échelle métropolitaine des infrastructures hôtelières** grâce au plan hôtelier métropolitain et de transport avec le projet du Grand Paris Express ;
- **développer des offres touristiques à dimension métropolitaine** (ex. : tourisme urbain, tourisme fluvial, tourisme de savoir-faire, tourisme de mémoire...) en suivant et en contribuant à la mise en œuvre des actions du **Contrat de destination « Paris, ville augmentée »**, qui visent la promotion et la mise en valeur des sites et des activités touristiques, prioritairement dans les arrondissements périphériques et en proche banlieue. Elles concerneront principalement les thématiques suivantes : art dans la ville, art contemporain, nuit, ville cosmopolite et nature en ville ;

- développer les projets autour de **l'Arc de l'innovation** ;
- **réaménager certains lieux de liaison entre Paris et sa périphérie** : portes, canaux (ex. : Porte de Clignancourt, Avenue du Street Art entre Paris et Saint-Denis...) ;
- **poursuivre les rapprochements et les collaborations** avec les partenaires institutionnels du tourisme en Île-de-France.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

**ACTION 24**

RÉDUCTION DU TEMPS D'ATTENTE ET OPTIMISATION DE LA GESTION DES FLUX

Un tiers des visiteurs à Paris pensent que l'affluence sur les grands sites touristiques dégrade l'expérience de visite¹³, en raison d'un temps d'attente trop important, l'absence d'information sur le temps d'attente et d'une mauvaise qualité des conditions d'attente.

L'ambition est de faire de Paris une ville où toute attente inutile est supprimée et où le temps d'attente inévitable est optimisé

Sur certains sites touristiques comme la tour Eiffel, l'Arc de Triomphe ou encore les tours de Notre-Dame, un temps d'attente pour accéder au monument est inévitable car il dépend des

contraintes physiques du site. Si ce temps d'attente pour accéder au lieu est acceptable, l'attente pour acheter son billet ne l'est pas. Cette attente peut être évitée en mettant en place des solutions comme des billets horodatés, des solutions de prédiction de l'affluence ou d'optimisation des flux. L'objectif est ainsi de permettre au visiteur de découvrir les environs ou de faire des achats en attendant son heure de visite.

Afin de rendre agréables les temps d'attente inévitables, des animations (par exemple, des distributeurs d'histoires courtes) ou des rencontres (rencontre avec les jeunes volontaires en service civique, déployés sur les sites touristiques...) pourraient être proposées.

CE QUI EST LANCÉ

Cette problématique de gestion de l'attente est prise en compte progressivement par les sites touristiques (mise en place de coupe-files, de billets horodatés, de panneaux d'information sur les temps d'attente...), mais il n'existe pas de réflexion collective à l'échelle parisienne sur le sujet.

Des expérimentations ponctuelles d'applications mobiles innovantes, visant à réduire et à optimiser le temps d'attente, sont conduites sur certains sites, comme celle menée par Paris Musées sur le site des Catacombes pour mieux gérer les files d'attente.

LES ACTIONS À VENIR

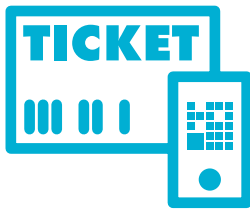
- **créer un groupement d'intérêt** avec les grands sites touristiques pour améliorer la gestion de l'affluence et des files d'attentes. Analyser leurs besoins et mesurer la fréquentation des sites, afin de disposer d'un diagnostic complet ;
- **élaborer un standard de référence** parisien en matière de gestion des files d'attente, en s'appuyant sur les expériences réussies, pour améliorer l'expérience des visiteurs ;
- **créer un groupement d'achats pour mutualiser les moyens et expérimenter de nouvelles solutions** de gestion des flux ;
- s'appuyer sur le Welcome City Lab pour recenser les solutions innovantes, organiser une rencontre entre les acteurs touristiques et les start-up du secteur (« meet-up ») et expérimenter des innovations comme :
 - des solutions permettant de **mesurer l'affluence** sur un site, à un moment donné, et de faire des propositions alternatives de visite ou de reprogrammer la visite à un moment moins fréquenté ;
 - des solutions de prédiction de flux et d'optimisation des **files d'attente** ;
 - des **animations durant l'attente**, propositions de services personnalisés (ex. : distributeurs d'histoires courtes) ;
 - un **assistant de visites** activable dès l'approche du site, afin de « préparer » la visite ;
- élaborer des propositions **d'offres privilégiées à destination de publics scolaires** ou d'autres publics cibles, susceptibles d'être intéressés par ces moments plus creux ;
- inciter les acteurs à créer des **offres combinées**, en coordonnant davantage leurs politiques commerciales, et proposer plus systématiquement des billets couplés : musées en journée / spectacles en soirée, par exemple, pour lisser la fréquentation des lieux touristiques sur la journée.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

Lancement à partir de 2017 pour une harmonisation des modes de gestion des files d'attente en 2019.

¹³ Cf. étude OTCP-BVA sur les freins de la destination Paris – 2016.



ACTION 25

DÉMATÉRIALISATION
DES BILLETTERIES

Être une ville « sans couture » implique que tous les visiteurs puissent acheter leurs billets en ligne et accéder aux sites touristiques grâce à des billets dématérialisés. Le défi pour Paris est de

généraliser la dématérialisation des billetteries à tous les sites touristiques et d'assurer l'inter-opérabilité des systèmes d'accès pour une **personnalisation maximale de l'offre touristique et un accès simplifié à la Ville.**

CE QUI EST LANCÉ

Aujourd'hui, la plupart des sites et monuments touristiques, ont mis en place des systèmes de billetterie dématérialisée, permettant la vente de billets à distance, par Internet ou par téléphone mobile, mais à différents niveaux :

- certains proposent l'achat et la réservation en ligne de tickets devant être retirés sur place ;
- d'autres ont mis en place des billets print@home (que le spectateur doit imprimer lui-même sur support papier) ;

- enfin tous les gros opérateurs ont mis en place des billetteries intégralement dématérialisées, permettant d'acheter un billet en ligne, disponible sur son smartphone (e-billet ou m-billet). Il en résulte que l'opérateur doit disposer d'un système de contrôle informatique de ces titres d'accès.

L'OTCP a mis en place le « **Paris Passlib'** », dans le cadre du projet de numérisation et de centralisation sur un support unique des offres de transport, loisirs et culture.

LES ACTIONS À VENIR

Numérisation du « Paris Passlib' » et personnalisation de l'offre

- numérisation progressive du « Paris Passlib' » ;
- étude du développement de « Paris Passlib' » thématiques (nuit, nature, famille...)
- mise en place de « Paris Passlib' » personnalisés, modulables selon les souhaits du visiteur.

Développement d'une billetterie « intelligente » pour les musées de la Ville de Paris

- amélioration de l'ergonomie de l'interface de vente en ligne pour l'internaute ;
- une billetterie couplée à la base de données clients (outil CRM – Customer Relationship Management) ;
- une mise en vente en ligne de nouveaux services pour les individuels et les groupes (abonnements, activités culturelles...)
- mise en place à terme du cross-selling.

Soutenir la dématérialisation des billetteries

- créer un **groupement d'intérêt** avec les sites touristiques pour soutenir la dématérialisation des billetteries à Paris, faire adopter une technologie commune ou inter-opérable aux différents acteurs et améliorer l'ergonomie des interfaces clients ;

- élaborer un **standard de référence** parisien en matière de dématérialisation de billetteries, en s'appuyant sur les expériences réussies, pour améliorer l'expérience des visiteurs ;
- recenser les solutions et les bonnes pratiques existantes, rédiger un cahier des charges type, intégrant en particulier les nécessités d'inter-opérabilité avec les systèmes déjà mis en place, lancer un **appel d'offres** ;
- **s'appuyer sur le Welcome City Lab** pour recenser les solutions innovantes, organiser une rencontre entre les acteurs touristiques et les start-up du secteur (« meet-up ») et expérimenter des innovations ;
- au-delà de la dématérialisation des billetteries, il s'agira d'accompagner les acteurs dans la gestion de problématiques plus complexes comme :
 - la définition de la stratégie optimale pour la gestion des stocks de billets dématérialisés (part des ventes en direct / en BtoB, stratégie de pricing...), qui relève d'une approche de yield management ;
 - la mise en place de politiques ambitieuses de gestion de la relation clients, visant à améliorer la connaissance des visiteurs pour leur proposer des offres adaptées à leur profil.

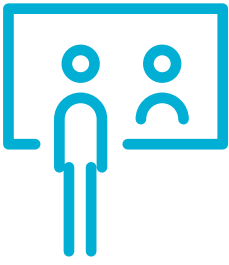
CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

Lancement à partir de 2017 pour une harmonisation des modes de gestion des files d'attente en 2020.

2017-2018 : numérisation des offres transports et musées du « Paris Passlib' » (PPL).

ACCUEIL



ACTION 26

MODERNISATION DES POINTS D'ACCUEIL TOURISTIQUE

CE QUI EST LANCÉ

L'OTCP exploite un réseau de points d'accueil touristique, composé de 5 points qui ont accueilli environ 600 000 visiteurs en 2015 :

- le principal, au 25 rue des Pyramides, réaménagé et modernisé en 2016 ;
- les points d'accueil des gares du Nord et de l'Est ;
- le kiosque Anvers à la sortie du métro Anvers ;
- le point intégré à la boutique Paris Rendez-Vous à l'Hôtel de Ville, ouvert en mai 2015 pour renforcer l'offre d'information dans le centre de Paris et à proximité du Marais ;
- le point d'accueil de la gare de Lyon, fermé le 1^{er} avril 2016 en raison des travaux de réaménagement engagés par la SNCF.

Ce sont également des points de vente de produits touristiques et, pour certains, des points de retrait des commandes passées en ligne.

S'y ajoutent :

- 2 kiosques exploités par le groupe Ludéric (gérant des kiosques Théâtre) sur le parvis de la gare Montparnasse et à l'église de la Madeleine ;
- un point d'accueil place du Tertre, géré par le Syndicat d'initiatives de Montmartre ;
- un point d'information tenu par le CRT Paris-IDF au sein du magasin Haussmann des Galeries Lafayette.

LES ACTIONS À VENIR

Poursuivre le programme de modernisation des points d'accueil de l'OTCP

- concevoir et réaliser le nouveau dispositif d'accueil touristique de la gare du Nord, dans le cadre du grand projet d'aménagement de la gare, engagé par la SNCF ;
- identifier et concevoir, en liaison avec la SNCF, le futur dispositif d'accueil touristique de la gare de Lyon ;
- développer les dispositifs d'accueil et d'information numériques dans ses points d'accueil pour enrichir les canaux de diffusion des services proposés et proposer de l'information digitale en dehors des horaires d'ouverture.

Compléter les points OTCP par un réseau plus diffus de points d'accueil pour mailler l'ensemble du territoire

- mettre en place des **points d'accueil éphémères** à l'occasion de grands événements (ex. : COP21 en 2015, l'Euro 2016...) ;
- mettre en place des **points d'accueil exploités en partenariat** : grands sites à forte fréquentation (type Parc de la Villette, Cimetière du Père Lachaise...), centres commerciaux (Carrousel

du Louvre, Forum des Halles...), kiosques presse (lorsque l'étude de commercialité réalisée par le titulaire du marché aura défini les kiosques susceptibles d'être concernés par des activités liées à l'accueil et au relais de l'information touristique) ou nouveaux types de lieux. Il s'agirait pour l'OTCP d'apporter, dans des formes et conditions à négocier au cas par cas, son savoir-faire et ses outils (assistance, formation, documentation, base de données...), permettant aux partenaires d'enrichir le service proposé à leurs clients touristes ;

- tirer les enseignements de l'expérimentation menée en 2016 par le Welcome City Lab (WCL) sur **les points de vente de produits touristiques**, et déployer les innovations pertinentes.

Dans le cadre du nouveau contrat de gestion des kiosques et des kiosquiers, ces derniers seront encouragés à proposer de nouveaux services, notamment certains en lien avec le tourisme (information, billetterie...), soit par le biais de formations mises en place par le délégataire, soit par le biais de nouvelles fonctionnalités des kiosques eux-mêmes, dans le cadre du renouvellement des kiosques.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.

2017 : mise en place de nouveaux kiosques avec des services touristiques.



ACTION 27

DÉPLOIEMENT DE 200 JEUNES EN SERVICE CIVIQUE PAR AN SUR LES SITES LES PLUS TOURISTIQUES

CE QUI EST LANCÉ

L'association Unis-Cité a présenté en 2015 à la Ville de Paris un projet de déploiement sur l'espace public de **200 jeunes volontaires chaque année pour améliorer l'accueil touristique** des publics les plus vulnérables. Ce dispositif a été mis en œuvre à partir de juillet 2015, avec le concours de la Ville et de l'Office du tourisme et des congrès de Paris.

Ce dispositif poursuit deux objectifs :

- développer le service civique pour répondre aux enjeux de cohésion sociale et de mobilisation des jeunes ;
- inventer des solutions innovantes pour contribuer à améliorer l'accompagnement des touristes sur l'espace public et à mieux faire connaître la diversité touristique de Paris aux visiteurs et à ses propres habitants.

Après une phase expérimentale en juillet-août 2015, Unis-Cité a recruté, sur la période septembre 2015-septembre 2016, deux promotions de 100 jeunes volontaires, en leur proposant :

- **une mission d'information / orientation / animation aux abords des grands sites touristiques** (tour Eiffel, parvis de Notre-Dame, Opéra, Montmartre...). Les volontaires portent une tenue reconnaissable et un badge. Ils disposent d'une documentation touristique de base, sous forme papier et numérique (tablette connectée), d'une structure légère et démontable et d'une oriflamme. Ils ont accès à un local de repli. Le déploiement de ces équipes s'effectue en partenariat avec l'OTCP et les sites concernés, et avec l'accord de la Préfecture de police ;

- **des missions complémentaires**, prenant la forme de projets laissant aux volontaires une large capacité d'initiative et de créativité, tournées vers **la découverte et la valorisation des quartiers populaires, l'accueil et la mobilité des publics vulnérables**.

Elles consistent à :

- travailler, en s'appuyant sur des associations locales ou d'autres partenaires, à la connaissance et à la mise en valeur (sur le plan patrimonial, culturel, économique, des habitants, de la vie sociale), du quartier qu'ils habitent ou de sites peu connus de Paris ;
- monter des projets pour inciter des Parisiens à partir à la découverte ou à la redécouverte touristique de leur ville (personnes âgées, jeunes des quartiers, enfants, personnes handicapées...);
- développer et faciliter la réception de groupes de personnes en difficulté (en lien avec des associations) dans certains sites ou établissements.

Le dispositif a été reconduit, en capitalisant sur l'expérience de la première promotion, en expérimentant le déploiement de volontaires sur de nouveaux sites (Champs-Élysées, Catacombes...) et en apportant quelques évolutions dans l'organisation et les missions proposées.

LES ACTIONS À VENIR

En lien avec la Mairie de Paris, Unis-Cité a défini **un plan d'actions pour consolider le dispositif des Volontaires de Paris** à compter de 2016, en travaillant sur plusieurs axes.

Renforcer l'encadrement et les outils au service des Volontaires

- renforcement de l'équipe d'encadrement (un coordinateur d'équipe supplémentaire et un chargé de formation et recrutement, dédié au programme) ;
- mise en place d'actions de formation aux langues étrangères (anglais en priorité), à l'animation et à la communication ;
- mise en place de « kits d'animation » sur les sites où les volontaires sont déployés.

Adapter davantage le dispositif à la basse saison hivernale

- en étudiant une modulation du temps d'activité par semaine des volontaires, en fonction des périodes.

Développer des actions à destination des publics vulnérables

- expérimentation de circuits (balades urbaines) adaptés aux personnes à mobilité réduite ;
- développement des partenariats avec des associations accompagnant des personnes vulnérables pour la mise en place d'actions spécifiques (visites, balades).

**ACTION 27**

DÉPLOIEMENT DE 200 JEUNES EN SERVICE CIVIQUE PAR AN SUR LES SITES LES PLUS TOURISTIQUES

Renforcer les liens avec les acteurs des quartiers

- renforcement des liens avec les acteurs jeunesse des quartiers pour favoriser l'engagement des jeunes Parisiens dans ce dispositif ;
- rencontre avec les chargés de développement local des différents arrondissements pour identifier les actions et les acteurs pertinents, partenaires possibles des projets développés par les volontaires.

Sensibiliser à l'accessibilité et à l'accueil de personnes avec un handicap

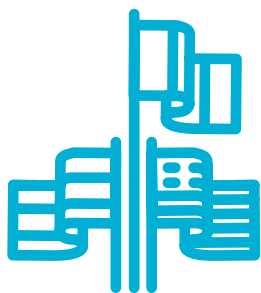
- formation des volontaires, mise à disposition d'outils ;
- participation à la Nuit de l'accessibilité ;
- rapprochement avec le dispositif « Ambassadeurs de l'accessibilité » (expérimentation de services civiques dans le 4^e et le 5^e), qui vise à sensibiliser les commerçants et à leur présenter les modalités d'adaptation.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.

2017 : recrutement de 100 nouveaux volontaires, mise en œuvre des évolutions du dispositif ci-dessus.

2017 à 2019 : nouvelles promotions de volontaires tous les 6 mois.



ACTION 28

MISE EN PLACE DE SOLUTIONS DE TRADUCTION INNOVANTES ET DÉPLOIEMENT DE SUPPORTS TOURISTIQUES DANS TOUTES LES LANGUES

CE QUI EST LANCÉ

Le manque de maîtrise des langues étrangères des professionnels parisiens constitue un motif d'insatisfaction pour les touristes¹⁴.

Des outils ont été créés par les acteurs institutionnels pour développer les compétences linguistiques des professionnels du tourisme à Paris :

- « Do you speak touriste » : un outil créé par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) pour sensibiliser les professionnels à l'importance de l'accueil des clientèles étrangères (comportements et habitudes, mots-clés dans les différentes langues) ;

- un site internet et une application développés par la CCIP, intitulés « Yes I speak touriste ! », permettant aux professionnels de se mettre en avant, en signalant les langues parlées ;
- des MOOC créés par Atout France et la Ville de Paris.

LES ACTIONS À VENIR

Développer de manière structurelle l'accessibilité linguistique de l'offre touristique

L'offre touristique, artistique et culturelle sur le territoire parisien est particulièrement riche et dense, et la volonté est de développer plus encore l'accessibilité de cette offre aux touristes internationaux :

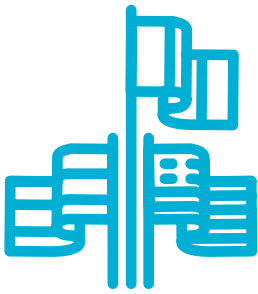
- **au sein des Musées de la Ville** : Paris Musées prévoit d'améliorer l'accessibilité linguistique de ses musées, grâce à la mise en place de panneaux de salle pour les expositions, traduits au moins en anglais, des audioguides pour les collections permanentes et quelques expositions en trois langues au moins, un plan de formation annuel en anglais et en langue des signes, proposé prioritairement aux agents d'accueil et de surveillance (sessions de formation collective), dans le cadre de la démarche qualité de l'administration parisienne « démarche Quali Paris ». Une formation en chinois est également proposée au personnel du musée Cernuschi (musée des arts asiatiques) ;
- **art dans la ville** : développer une application bilingue, accessible sur tout support numérique (notamment tablettes ou smartphones), destinée à recenser les œuvres contemporaines présentes dans la Ville et à accompagner leur découverte pour un public varié ;
- **cinéma** : développer une offre de films français sous-titrés en anglais dans tous les quartiers cinématographiques parisiens. Cette offre pourrait également être présentée sous la forme d'un site web dédié, en complément des leviers traditionnels de billetterie dans les cinémas ;

- **théâtre** : développer et rendre plus accessibles les solutions de surtitrage de certains spectacles. En s'appuyant sur des expérimentations ou réalisations déjà mises en place (Theatre in Paris, Théâtre de la Ville, Châtelet...), il s'agira d'accompagner les équipements municipaux dans cette démarche qui doit être adaptée à chaque lieu, chaque spectacle ;
- **grands événements** (ex. : Nuit Blanche) : développer une communication spécifique en direction des touristes : traduction en anglais des pages internet et de l'application, création de brochures papier en anglais, recrutement de médiateurs bilingues.

Stimuler l'innovation en matière de traduction pour un accueil multilingue dans tous les lieux touristiques

- **déployer des innovations en matière de traduction** (notamment en liaison avec l'appel à projets « Expérimenter dans la culture de la Ville »¹⁵) comme, par exemple :
 - un badge qui permettrait de signaler les langues parlées ;
 - un traducteur portable ;
 - des assistants de visites de musées, mobiles et intelligents (ex. : tablettes, applis, robots...), fournissant des contenus personnalisés et contextuels, ainsi que des contenus post-visites adaptés à chaque public ;
 - des lignes téléphoniques et chats permettant aux professionnels et aux parisiens de répondre aux questions des touristes dans leur langue.

Une rencontre sera organisée par le Welcome City Lab et la Mairie entre les acteurs innovants dans le secteur et les professionnels du tourisme parisien intéressés (« meet-up »).

**ACTION 28**

MISE EN PLACE DE SOLUTIONS DE TRADUCTION INNOVANTES ET DÉPLOIEMENT DE SUPPORTS TOURISTIQUES DANS TOUTES LES LANGUES

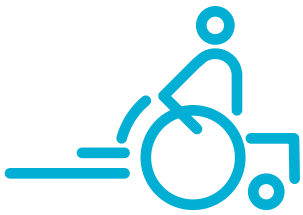
CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.**2017 :**

- diagnostic des besoins, recensement des solutions et organisation du « meet-up » ;
- mise en lien avec le futur appel à projets « Expérimenter dans la culture ».

14 55 % des visiteurs interrogés déplorent le manque de maîtrise des langues étrangères par les Parisiens (cf. enquête OTCP-BVA – 2016).

15 Afin d'envisager très concrètement de nouvelles expérimentations ciblées sur des sujets pré-identifiés : dématérialisation des billetteries, amélioration des files d'attente, information tout au long du parcours, réalité augmentée...



ACTION 29

DÉVELOPPEMENT DE L'ACCESSIBILITÉ DE PARIS ET OBTENTION DE LA MARQUE « DESTINATION POUR TOUS »

CE QUI EST LANCÉ

Paris s'est doté d'un « Schéma départemental pour l'autonomie et la citoyenneté des Parisiens en situation de handicap 2012-2016 », en cours d'actualisation, qui rappelle « **qu'aucune action de la Ville ou du Département ne s'envisage sans penser à l'intégration des personnes handicapées** » et comprend plusieurs actions relatives aux touristes.

L'OTCP mène une politique pour développer et valoriser l'offre touristique adaptée à tous : accompagnement des adhérents pour améliorer l'accessibilité de leurs prestations, promotion des établissements et des activités touristiques adaptés (Internet et guide), réponse aux demandes des touristes handicapés et accueil.

Par ailleurs, quelques sites internet recensent une offre adaptée aux besoins des personnes handicapées :

- l'association Jaccede a créé le premier guide collaboratif des bonnes adresses accessibles, Jaccede.com, et organise la Journée et la Nuit de l'accessibilité ;
- le site accessible.net recense et géolocalise des lieux touristiques ou encore des administrations disposant d'installations et de services accessibles ;
- Handibooking est une plateforme dédiée à l'hébergement de vacances pour les personnes handicapées, qui ne répertorie que les établissements labellisés.

Quelques professionnels du tourisme se sont engagés volontairement dans la labellisation Tourisme & Handicap (à décembre 2015, seuls 32 parisiens / 5 122 établissements marqués en France et l'OTCP candidate en 2016).

LES ACTIONS À VENIR

Candidater à la marque d'État « Destination pour Tous » (DPT) pour illustrer l'ambition de développer et promouvoir un tourisme inclusif

Il s'agira de labelliser un territoire parisien garantissant une offre accessible aux personnes handicapées (4 handicaps – auditif, mental, physique ou visuel) et à mobilité réduite (personnes accidentées, familles avec poussettes, personnes âgées...). Dans la perspective d'accueillir les **Jeux paralympiques en 2024**, les territoires accessibles seront élargis géographiquement pour relier l'ensemble des sites olympiques, notamment le long de l'axe Seine.

Poursuivre la mise en accessibilité de l'offre touristique

- suivre les travaux liés au prochain Schéma pour l'autonomie et intégrer, le cas échéant, les nouvelles actions ;
- étudier l'accessibilité des sites touristiques et aménager, si besoin, les chaussées piétonnes aux abords des sites touristiques pour les rendre accessibles ;
- mobiliser PAM 75 pour des événements ciblés, étudier l'intégration d'une option de service PAM dans le « Paris Passlib' » ;
- étudier la faisabilité de la mise en place de vélib' / tricycles et scooters électriques adaptés aux personnes à mobilité réduite (PMR) ;
- étudier la faisabilité de réinstaller des bancs dans l'espace public (avec appuis / accoudoirs...) sur les sites touristiques ;
- étude de la reconduction d'un soutien par la Ville de Paris à une agence de voyages réceptive dédiée (association) pour le volet organisation de voyage.

Structurer une offre touristique adaptée et la promouvoir, via l'action de l'OTCP

- accompagner les professionnels du tourisme adhérents de l'OTCP pour améliorer l'accessibilité de leur établissement et de leurs prestations (mise à disposition d'une boîte à outils sur pro.Parisinfo.com, organisation d'ateliers de sensibilisation, traitement des demandes ponctuelles...) ;
- déployer un accueil humain dédié sur les différents points d'accueil de l'OTCP (services civiques, formation du personnel à l'accueil...) ;
- informer les touristes en plusieurs langues (dont langue des signes française – LSF) ;
- mettre en accessibilité les brochures en ligne (intégrer un parcours accessible dans chaque autre brochure) et publier une brochure plus complète sur l'accessibilité, en plusieurs langues ;
- valoriser des parcours accessibles dans les zones où l'offre est moins visible ;
- valoriser les transporteurs accessibles et les outils pour se déplacer en transports accessibles ;
- inciter les distributeurs à relayer les opérateurs de tourisme inclusif et de tourisme adapté ;
- inciter les hôteliers à échanger leurs bonnes pratiques (constitution d'un carnet d'adresses accessibles à proximité de l'hôtel et liste des hôtels accessibles à disposition) ;
- demander aux plateformes de location de meublés touristiques de communiquer une liste des hébergements accessibles ;
- mettre en place une communication et une promotion dédiées à l'offre de tourisme adapté multicanales.

**ACTION 29**

DÉVELOPPEMENT DE L'ACCESSIBILITÉ DE PARIS ET OBTENTION DE LA MARQUE « DESTINATION POUR TOUS »

Développer l'engagement des acteurs dans des démarches qualité

Poursuivre l'accompagnement à l'obtention de la marque Tourisme & Handicap (sous réserve de moyens humains supplémentaires) ou d'autres labels.

Inciter et valoriser l'innovation favorisant l'accessibilité des visites et des transports

- d'une manière générale, penser conception universelle, qu'il s'agisse d'abris voyageurs, de sanisettes, de mobiliers urbains... ;
- faire un lien avec le Comité des partenaires (vigilance sur l'accessibilité des innovations, développement de services pour répondre aux besoins spécifiques d'orientation / information, structuration des outils faisant appel à la contribution des usagers, facilitation de l'accès aux outils sur toute la chaîne des déplacements) ;
- créer un audioguide touristique pour visiter Paris, adapté pour les personnes malvoyantes ;
- créer un concours / prix pour valoriser l'innovation en matière d'accessibilité ;

- développer les appels à expérimentation, inciter au déploiement de robots ;
- développer la politique d'open data sur l'accessibilité ;
- avec la RATP et le Stif : améliorer l'accessibilité des bus et des abris voyageurs (malvoyants), les plans et outils numériques (pour les personnes en fauteuil) et Infomobi¹⁶ ;
- développer l'appli « Dans ma rue »¹⁷ pour signaler les dysfonctionnements liés à l'accessibilité ;
- lors du renouvellement du contrat des sanisettes, prévoir 2 modèles différents : WC à droite / à gauche¹⁸ et les géolocaliser ;
- tests de mobiliers urbains intelligents et interactifs, qui incitent au sport (lien avec la stratégie piétons et les expérimentations en matière de signalétique) ;
- veille sur les outils de traduction LSF.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.

2017 : obtention de la marque « Destination pour tous ».

¹⁶ <http://www.infomobi.com/>

¹⁷ <https://teleservices.paris.fr/sira/jsp/site/Portal.jsp?page=formengine&form=signalement>

¹⁸ Cf. fiche-action 40 « Augmentation du nombre de toilettes dans les lieux touristiques ».



ACTION 30

STRUCTURATION ET PROMOTION D'UNE OFFRE TOURISTIQUE ADAPTÉE À TOUTE LA FAMILLE

CE QUI EST LANCÉ

Dans sa Stratégie France 2020, Atout France évoque les **familles, tout comme les seniors, comme une cible stratégique pour le tourisme français, à fidéliser davantage.**

À l'échelle parisienne, cependant, l'offre proposée n'apparaît pas encore à la hauteur des enjeux : connaissance insuffisante des cibles familles, insuffisantes structuration et promotion de l'offre adaptée à cette cible, hébergements et offre de transports adaptés insuffisamment développés ou mis en avant. En revanche, l'offre de loisirs adaptée aux familles existe et doit être mieux promue.

L'OTCP propose en outre son « **Paris Passlib'** » en 3 versions (adulte, jeune et enfant), afin de répondre à la demande de toute la clientèle famille.

De plus, dans le cadre de l'élaboration de la **Stratégie parisienne pour l'enfance**, 4 axes stratégiques ont été identifiés par la Ville de Paris dont : « La ville construite pour et avec les familles », qui prévoit notamment la **labellisation** de commerces et cafés, hôtels, restaurants adaptés aux familles.

LES ACTIONS À VENIR

Le diagnostic du Schéma de développement touristique a mis en exergue que les offres adaptées aux familles doivent être mieux recensées, professionnalisées et promues à destination de ces clientèles

- **développer un hébergement répondant à ces clientèles** : dans le cadre de la mise en œuvre du plan hôtelier¹⁹, l'accent est mis sur le développement d'hébergements adaptés aux familles, lors des consultations pour des hébergements touristiques situés sur les terrains municipaux, ainsi que dans l'accompagnement (par Paris&Co notamment) de projets d'initiative privée, qui se positionnent sur ce segment ;
- **mettre en place une veille sur les attentes des cibles jeunes, familles et seniors**, via les observatoires de l'OTCP et des partenaires impliqués dans le Contrat de destination ;

- **recenser une offre plus complète**, répondant aux besoins des familles et des jeunes, et enrichir le dossier « Paris en famille » de l'OTCP ;
- **promouvoir cette offre** : « Que Faire à Paris » + Parisinfo.com + brochure dédiée « Paris en famille » recensant les activités adaptées à la clientèle avec enfants, par thématiques (activités culture, sport, nature, découverte...) ;
- **labelliser l'offre adaptée pour les familles**, soit par l'élargissement du label dédié aux familles, prévu dans le cadre de la Stratégie enfance, soit par l'implication dans une démarche existante comme le label « Famille plus » pour les villes ;
- **développer les échanges interfamilles** entre Paris et ses villes jumelées.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2016 :

- mise en place de la veille et rendu sous forme d'une étude ;
- en parallèle, benchmark des labels « Famille » existants et choix d'une démarche.

2017 : identification / cartographie de l'offre « Famille » et candidature pour l'obtention d'un label, promotion.

2018-2019 : poursuite et mise à jour de l'action d'observation et animation de l'offre labellisée.

¹⁹ Cf. fiche-action 51 « Développement des capacités d'hébergement grâce à la mise en œuvre du plan hôtelier métropolitain ».



ACTION 31

DÉVELOPPEMENT ET PROMOTION DES OFFRES GRATUITES ET À TARIFS RÉDUITS

CE QUI EST LANCÉ

L'OTCP recense régulièrement sur son site l'offre gratuite et à bas coût de la capitale, en la formalisant dans des dossiers dédiés, actualisés et enrichis chaque année.

De plus, le Paris Passlib et le cityguide développés par l'Office proposent des tarifs différenciés.

LES ACTIONS À VENIR

- **poursuivre le recensement et la mise en ligne de l'offre gratuite et à prix réduit** sur le site de l'OTCP ;
- **personnaliser le Paris Passlib'**, pour pouvoir s'adapter au séjour du client, qui aurait le choix d'opter pour les prestations qui l'intéressent le plus et choisir le tarif le plus adapté à sa demande. Il pourrait être décliné en thématiques, dont « Paris à petits prix » ;
- organiser et lancer une **campagne de promotion du Paris à prix réduit**, dont une opération presse axée sur cette thématique ;
- contribuer à la **mise à jour des guides existants**, voire étudier la publication d'un nouveau guide avec des prestataires spécifiques, permettant la mise en valeur d'une offre alternative moins chère ;
- **créer un prix récompensant l'offre accessible** en termes de coûts (étudier son lien avec l'opération des acteurs du Paris durable).

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2016 : actualisation des dossiers OTCP « Paris gratuit » et « Paris à petits prix » et relais sur les médias sociaux.

2017 : campagne de promotion pour le « Paris à prix réduit ».

2018-2019 : déclinaison du PPL sur d'autres thématiques, parmi lesquelles « Paris à petits prix », campagnes de promotion sur ce segment.

- ▶ Une prise en charge avant, pendant et après la visite
- ▶▶ L'aide à la préparation du voyage



ACTION 32

MODERNISATION DES OUTILS NUMÉRIQUES D'INFORMATION DES TOURISTES ET GESTION DE LA RELATION CLIENTS

CE QUI EST LANCÉ

Plusieurs sites internet constituent des points d'entrée du territoire, lors de la préparation en amont du voyage comme pour l'information une fois sur place :

- le site internet de l'OTCP ;
- le site et l'application mobile de la Ville de Paris « Que Faire à Paris » ;
- le site du CRT IDF ;
- le site de la RATP.

Ce sont les principaux dans la sphère institutionnelle, à côté des sites commerciaux et des sites individuels de chaque structure (site, monument, hôtel, transporteur, intermédiaire...).

Le site Parisinfo.com de l'OTCP a connu d'importantes évolutions ces dernières années : nouveau design, nouvelle ergonomie, passage en Responsive Design améliorant grandement la consultation depuis un smartphone ou une tablette, développement et amélioration des contenus sur les événements, développement des contenus vidéo, meilleure articulation avec la plateforme de vente en ligne... Fin 2015, l'OTCP a de plus engagé un nouveau développement dans le domaine de la relation clients, en lançant une newsletter grand public mensuelle, comprenant deux éditions, française et anglaise.

S'agissant de **la constitution et de l'utilisation de bases de données sur le tourisme**, on peut citer :

- le nouveau système de gestion de base de données, dont s'est doté l'OTCP et qui constitue désormais le cœur de son système d'information touristique, pour alimenter ses sites web et lui permettre de gérer ses relations avec les professionnels, tant parisiens qu'à l'international ;
- le projet DATAtourisme de la plateforme nationale pour le recueil et la mise à disposition de données touristiques en open data, piloté par la DGE et Tourisme et Territoires (ex RN2D), et auquel l'OTCP participe ;
- le projet « Data factory » piloté par le CRT IDF et le CDT de Seine-et-Marne, de base de données touristique francilienne, utilisant la plateforme Apidae ;
- dans le cadre de sa politique globale d'innovation ouverte, menée depuis 2008, la Ville de Paris contribue au mouvement open data par la mise à disposition gratuite et régulière de jeux de données électroniques publiques, issues de la municipalité, via une plateforme dédiée <http://opendata.paris.fr>, créée en 2011. Ajout d'une clause open data dans les marchés publics de la Ville.

LES ACTIONS À VENIR

Améliorer l'information des touristes tout au long de leur parcours

Grâce aux outils de l'OTCP : poursuivre la modernisation du site Parisinfo.com pour un service aux visiteurs encore plus pertinent et adapté à leur profil :

- élargissement progressif à de nouvelles langues (asiatiques, notamment), au-delà des mini-sites actuels ;
- poursuite du développement des contenus relatifs aux événements ;
- meilleure prise en compte du profil des internautes pour leur proposer des contenus adaptés à leur profil, attentes et besoins ;
- renforcer la coordination entre l'OTCP et les services de la Ville gérant le site « Que Faire à Paris » pour assurer une meilleure complémentarité entre les deux sites web.

Grâce aux outils de la Mairie :

- traduire en anglais le site et l'application « Que Faire à Paris » ;
- proposer des contenus spécifiques s'inspirant de « Que Faire à Paris » sur les réseaux sociaux étrangers (ex. : Weibo en Chine).

Améliorer la connaissance des visiteurs et développer la gestion de la relation clients

Étudier la faisabilité de **la mise en place d'un système de gestion de la relation clients (CRM) de destination :**

- mettre en œuvre une plateforme de gestion de la relation clients, mutualisée entre tous les acteurs du tourisme ;
- coordonner le recueil de données de manière indirecte (données d'affluence des sites touristiques, données captées des objets connectés, via le réseau Wi-Fi ou les balises Bluetooth, données des réseaux sociaux...).

- ▶ Une prise en charge avant, pendant et après la visite
 - ▶▶ L'aide à la préparation du voyage



ACTION 32

MODERNISATION DES OUTILS NUMÉRIQUES D'INFORMATION DES TOURISTES ET GESTION DE LA RELATION CLIENTS

Accompagner la mutualisation des actions et outils d'information des visiteurs entre l'OTCP et le CRT

- association de l'OTCP au projet de base de données régionale, piloté par le CRT IDF et le CDT Seine-et-Marne, sous réserve de trouver un accord de gouvernance et de financement équilibré ;
- dans le cadre du rapprochement CRT / OTCP, faire converger leurs sites web grand public pour faire de Parisinfo.com « enrichi », le site de référence de la destination Paris.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.

2016-2017 : poursuite de la modernisation du site OTCP, coordination site OTCP et « Que Faire à Paris ».

2017 : diffusion de contenus inspirés de « Que Faire à Paris » sur les réseaux sociaux chinois, démarrage du projet de CRM de destination.

À partir de 2017 : rapprochement des outils et actions OTCP / CRT.



ACTION 33

RENOUVELLEMENT DES PANNEAUX « HISTOIRE DE PARIS »

CE QUI EST LANCÉ

Les **sites remarquables parisiens sont signalés et décrits par les 700 panneaux « Histoire de Paris » (pelles Starck)**. Ces panneaux, dessinés par le designer Philippe Starck, sont exploités par la société Semup, filiale de JC Decaux depuis 1995. Depuis le 24 mars 2007, date d'expiration du contrat, les pelles ont été maintenues à la demande de la Ville sur le domaine public parisien, hors cadre contractuel.

Durant l'Euro 2016, de nouvelles solutions d'orientation et de signalétique innovantes ont été expérimentées, afin d'améliorer l'accueil touristique et de servir de base de réflexion pour le renouvellement des panneaux « Histoire de Paris ». Quatre types de signalétique ont été testés :

- **une application ludique « Paris énigme »** : jeu pour découvrir le patrimoine classique et des lieux plus confidentiels entre la Concorde et le parvis de l'Opéra Garnier ;

- **une application utilitaire « Paris explore+ Le Marais »** : utilisant des techniques de réalité augmentée dans le quartier du Marais pour obtenir informations pratiques et culturelles ;
- **des « bornes phygitales »**, qui sont des bornes d'information physiques, connectées, donnant accès à du contenu digital et qui constituent également des points de rencontres entre visiteurs et Parisiens ;
- **un jalonnement créatif** : conception par des étudiants de l'École professionnelle supérieure d'arts graphiques et d'architecture (EPSAA) d'œuvres artistiques, guidant les flux vers la fan zone.

LES ACTIONS À VENIR

Renouveler les panneaux « Histoire de Paris » pour en faire un outil innovant d'information sur le patrimoine et sur l'offre touristique parisienne

- sur la base de l'évaluation **des expérimentations de signalétiques innovantes** menées par la Mairie dans le cadre de l'Euro 2016 et les expérimentations de mobiliers urbains intelligents, tels que les écrans tactiles mis en place dans les abris voyageurs, la Mairie lancera un nouveau marché de mobiliers urbains historiques ;
- ce nouveau marché poursuit plusieurs objectifs :
 - redéfinir le périmètre des sites remarquables du patrimoine parisien à distinguer ;
 - enrichir et actualiser le contenu des panneaux ;

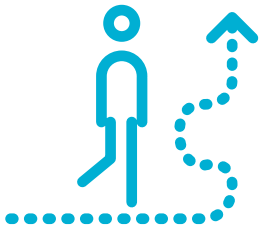
- **moderniser les panneaux existants** pour proposer aux visiteurs une signalétique plus innovante, interactive, multilingue et accessible aux personnes en situation de handicap. Il s'agira notamment de coupler le point d'information physique avec un accès à du contenu digital, grâce à l'installation de nouvelles applications technologiques (Flashcode / marquage RFID / beacon).

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2016 : retour d'expérience sur le déploiement des solutions innovantes durant l'Euro 2016.

2017 : lancement du marché de renouvellement des panneaux « Histoire de Paris ».



ACTION 34

MODERNISATION DE LA SIGNALÉTIQUE ET RENFORCEMENT DE L'INFORMATION TOURISTIQUE DANS L'ESPACE PUBLIC

CE QUI EST LANCÉ

Le **Schéma directeur de signalisation d'indication de la Ville de Paris** définit, depuis 1985, le principe de signalisation de la Ville, ainsi que les établissements pouvant être signalés.

Des **plans de la Ville à destination des piétons** ont été mis en place dans tous les abris voyageurs, et signalent les équipements publics et points d'intérêt à proximité, en précisant les temps de marche.

L'élaboration de la **stratégie piétons** lancée par la Mairie en 2016 a notamment pour objectif de favoriser les déplacements à pied auprès des visiteurs et des touristes.

LES ACTIONS À VENIR

Améliorer l'ensemble de la signalétique touristique dans le cadre de la stratégie piétons

L'élaboration de ce plan permettra de cartographier les différents outils d'information touristique actuels et nécessaires, et de définir un maillage optimal du territoire, selon les flux et les types de demandes²⁰. Il permettra de promouvoir auprès des touristes les balades thématiques proposées par la Ville.

Améliorer l'information touristique dans l'espace public grâce au déploiement de solutions innovantes, interactives et multilingues

• **mettre en place un plan de déploiement de beacons** (balise de géolocalisation permettant de dialoguer via le Bluetooth avec des supports tels les smartphones et tablettes) : utiliser les beacons installés sur les abris voyageurs et les sanisettes, et les ouvrir à la Ville ou à des start-up, sous des conditions à étudier ; envisager d'installer des beacons lors du renouvellement du marché relatif aux panneaux « Histoire de Paris » ;

- renouveler régulièrement les appels à projets pour enrichir le contenu proposé sur les **écrans tactiles des abris voyageurs** (applications à usage des touristes notamment) ;
- **déployer une signalétique touristique innovante, lors des grands événements**, puis généraliser les meilleures solutions identifiées à l'ensemble de l'espace public ;
- assurer l'accessibilité de ces signalétiques aux personnes handicapées et à mobilité réduite.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

²⁰ Cf. fiche action 26 « Modernisation des points d'accueil touristiques ».



ACTION 35

MISE EN PLACE D'UNE ASSISTANCE EN LIGNE OU TÉLÉPHONIQUE À DESTINATION DES TOURISTES

CE QUI EST LANCÉ

Depuis que l'Office du tourisme et des congrès de Paris a fortement réduit son service d'accueil téléphonique, Paris ne dispose plus de service personnalisé de ce type, dédié aux touristes.

Des services émergent peu à peu, de type conciergerie et mise en contact avec des Parisiens, sous forme de chats, qui sont principalement le fait de start-up et trop récents pour en mesurer le degré de satisfaction.

LES ACTIONS À VENIR

Créer un numéro d'appel unique pour les touristes et ou un chat permettant une prise en charge humaine et digitale pour apporter une assistance et des informations tout au long du voyage

• en amont du séjour, pour aider le visiteur à préparer son voyage (recherche d'informations pratiques...);

- durant le séjour, pour informer et sécuriser le visiteur (information sur les sites ouverts / fermés, sur les actualités, assistance en cas de problème);
- après le séjour (suivi client, gestion de la satisfaction...).

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

**ACTION 36****DÉPLOIEMENT DE L'ACCÈS WI-FI
AUX TOURISTES PARTOUT DANS PARIS****CE QUI EST LANCÉ**

Paris Wi-Fi est un service qui permet de se connecter gratuitement, sans fil et en haut débit, à Internet. Il est ouvert à tous : Parisiens, Franciliens et visiteurs de Paris.

Pour en profiter, il est nécessaire d'être à proximité d'un des 260 sites municipaux équipés d'une ou plusieurs bornes d'accès (400 hotspots au total), utilisant le service Paris Wi-Fi : parc ou jardin, mairie d'arrondissement, bibliothèque ou encore musée de la Ville de Paris.

Techniquement, il faut repérer le réseau, dont le SSID est PARIS_WIFI_XXXX, et confirmer sa connexion, en ouvrant son navigateur internet et en remplissant un court formulaire d'identification. Chaque session de connexion dure 2 heures.

L'utilisateur peut renouveler sa connexion sans condition particulière, en répétant ce processus de connexion.

Il est à noter que Paris Wi-Fi est accessible aux horaires d'ouverture des sites municipaux équipés, dont les coordonnées sont accessibles sur <http://wi-fi.paris.fr>.

Le portail de connexion de Paris Wi-Fi est déjà disponible en plusieurs langues.

LES ACTIONS À VENIR

Le projet de mandature prévoit l'extension du réseau Paris Wi-Fi. Afin que cette extension soit parfaitement conforme à la réglementation, un appel à manifestation d'intérêt (AMI) sur ce projet d'extension est en cours.

En fonction des résultats de l'AMI, le service s'appuiera, pour tout ou partie de l'extension, sur le réseau d'un ou plusieurs opérateurs privés, qui garantiront l'accès gratuit à Internet au moins 30 minutes par jour pour chaque utilisateur. La Ville pourra également étendre son réseau dans les équipements municipaux.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE**Objectif de réalisation 2020.**

Septembre 2016 : décision d'extension en fonction des résultats de l'AMI.



ACTION 37

GESTION DE LA SATISFACTION
DES VISITEURS ET FIDÉLISATION

CE QUI EST LANCÉ

Un **dispositif permanent d'enquêtes** est mis en œuvre par le CRT Île-de-France dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroutes, qui permettent d'estimer le nombre de touristes et de disposer d'informations sur leurs profils, caractéristiques de leurs séjours et niveau de satisfaction.

L'OTCP assure un **suivi systématique des avis** concernant ses prestations laissés sur Tripadvisor et réalise des **études ponctuelles** sur la fréquentation, le profil et la satisfaction des touristes.

Un **dispositif de mesure de la qualité des prestations touristiques** est réalisé via les visites mystères diligentées par le CRT Paris Île-de-France.

Le **label Quali Paris de la Ville de Paris** (certification AFNOR) est attribué notamment aux 490 parcs, jardins et squares de Paris et aux bois de Boulogne et de Vincennes.

Quelques professionnels du tourisme parisien s'engagent dans des démarches qualité nationales, la plupart reconnues par Qualité Tourisme™.

LES ACTIONS À VENIR

- **développer et mutualiser les outils d'enquêtes de l'OTCP et du CRT**, dans le cadre de leur rapprochement ;
- **s'appuyer sur le futur CRM de destination**²¹ pour envoyer aux visiteurs des questionnaires de satisfaction ;
- **créer un dispositif permanent d'évaluation de l'expérience avec les acteurs touristiques** : mise à disposition de bornes ou tablettes dans les lieux touristiques, par exemple, et augmenter le nombre d'enquêtes de satisfaction ;
- inciter, via l'OTCP, les professionnels parisiens à mettre en place des outils de mesure de la satisfaction de leurs clientèles ;
- pérenniser, dans des conditions à préciser et en fonction du bilan qui sera fait début 2017, le **dispositif de mesure de la e-réputation de Paris** (système d'écoute du Web et des réseaux sociaux), mis en place par l'OTCP et Atout France dans le cadre du plan de relance. Il permet d'analyser l'évolution du discours tenu sur Paris et d'adapter en conséquence les messages de communication de la destination.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.

21 Cf. fiche action 32 « Modernisation des outils numériques d'information des touristes et de gestion de la relation clients ».



ACTION 38

MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE SÉCURITÉ DES TOURISTES

CE QUI EST LANCÉ

Le **Contrat parisien de prévention et de sécurité (CPPS) 2015-2020** prévoit des actions qui contribuent à renforcer la sécurité des touristes et à améliorer l'environnement de l'activité touristique, comme le plan sécurité des touristes à Paris (voir ci-dessous), la lutte contre la vente à la sauvette, les activités illicites dans l'espace public, le proxénétisme, la délinquance dans les transports et dans les gares, ou encore la promotion d'une vie nocturne apaisée...

Le **plan sécurité des touristes à Paris** :

- le plan sécurité des touristes à Paris de la Préfecture de police (PP) vise à assurer une présence renforcée des effectifs pendant la période estivale et sur les principaux sites touristiques parisiens, à assurer une meilleure information des touristes et un meilleur accompagnement de ceux qui seraient victimes de faits délicieux. Suivi particulier des problématiques qui touchent les touristes asiatiques ;
- la Ville de Paris contribue chaque été au dispositif : renforcement de sa présence sur les principaux sites et équipements municipaux accueillant des touristes (butte Montmartre / Tino Rossi / berges rive gauche / Champ de Mars / jardin du Trocadéro / jardin des Champs-Élysées / square Jean XXIII / square Barye...).

Le renforcement des moyens municipaux sur les sites estivaux :

- renforcement de l'action coordonnée des services municipaux en été sur ces sites impactés par la forte fréquentation touristique : alerte météo, renfort des actions curatives, adaptation des organisations et moyens, renforcement des partenariats, de la communication et de la sensibilisation des usagers ;
- sites concernés : passerelle des Arts / quai de la Tournelle et de l'Île St-Louis / Champ de Mars / canal St-Martin / Trocadéro / butte Montmartre / bassin de la Villette / berges de Seine / place de la République ;
- dispositifs spécifiques sur les questions de tranquillité publique et de sécurité : site Paris Plages, Champ de Mars, canal St-Martin, bassin de la Villette, berges de Seine.

LES ACTIONS À VENIR

Améliorer la sécurité des touristes au quotidien

- **poursuite du plan sécurité des touristes** et des actions inscrites au CPPS, avec une attention particulière portée à la sécurité des touristes asiatiques ;
- **renforcement des moyens municipaux au service de la lutte contre les incivilités** : la création de nouveaux postes par l'accueil, entre autres, de plus d'une centaine d'agents de surveillance de Paris (ASP) de la PP permettra la création d'une nouvelle direction – la Direction de la prévention, de la sécurité et de la protection (DPSP remplaçant la DPP) –, et ainsi le doublement des effectifs de la Ville assurant ces missions (soit 1900 agents).
Cela permettra de lutter davantage contre les incivilités qui nuisent à l'image de Paris et perturbent le séjour des touristes (en particulier, la **vente à la sauvette et les attrape-touristes**) et ainsi renforcer le sentiment de sécurité des touristes, en complément de l'action de la Préfecture de police ;
- renforcement du dispositif à travers :
 - la **constitution d'un réseau de relais volontaires intitulés « Care Points »** (qui pourraient être des hôtels et commerçants) pour relayer les informations sur la sécurité et apporter

une assistance aux touristes en cas de difficultés (vols, pertes d'objet, égarement, grève, agression...), avec l'aide notamment du réseau « Cestplusur », pour contacter les commerçants intéressés. Ils pourraient être identifiés par une vitrophonie spécifique et géolocalisables dans une application, en associant également éventuellement d'autres partenaires comme la CCIP IDF, la SNCF ou la RATP ;

- **l'extension des points de dépôt de lettres-plaintes** ;
- la création d'une solution ou d'une application pour relayer les informations contenues dans le **guide sécurité des touristes** ;
- l'étude de la création d'une **hotline téléphonique** pour répondre aux urgences individuelles, prenant en compte la contrainte de la langue ;
- l'expérimentation des **solutions sur la sécurité, repérées** notamment lors du hackathon sécurité en 2016 (start-up, autres).

**ACTION 38****MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE SÉCURITÉ DES TOURISTES****Améliorer la sécurité des touristes dans le cadre des grands événements**

Une attention particulière sera apportée aux secteurs plus directement impactés par les différentes manifestations sportives et culturelles internationales, et les grands événements professionnels que la capitale accueillera ou pourrait accueillir ces prochaines années. La Ville de Paris prendra toute sa place, aux côtés de la Préfecture de police, dans leur sécurisation.

Améliorer la communication de crise auprès des touristes, en cas de crise majeure (attentats, crue...)

- intégrer l'OTCP dans les réflexions sur la gestion des crises « prévisibles » (crue, canicule...) et, en particulier, à la **plateforme collaborative** expérimentée dans le cadre du plan canicule ;

- mettre en place un **process de gestion de crise**, ciblant spécifiquement le risque attentat et crue :
 - mettre en place et diffuser auprès des professionnels du tourisme parisiens un dispositif d'échange rapide d'information permettant de pouvoir informer en quasi-temps réel les touristes présents à Paris de l'ouverture / fermeture des sites et activités dans les heures et jours suivant un attentat ;
 - améliorer la communication entre la Ville, l'OTCP et la PP pour la transmission des informations clés, au fil de l'eau ;
- travailler en lien avec la plateforme d'innovation sur la sécurité **Nec Mergitur**, mise en place au second semestre 2016 par Paris&Co pour identifier d'éventuels outils et idées pouvant concerner ou bénéficier au tourisme / aux touristes.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE**Objectif de réalisation 2017.**

2016 : mise en place du dispositif de gestion de crise et de la plateforme Nec Mergitur.

À partir de 2017 : mise en place du dispositif de gestion de crise et mise en place progressive du réseau des « care points », étude de la création de la hotline, tests de solutions innovantes.

ACTION 39



RENFORCEMENT DES MOYENS MUNICIPAUX POUR GARANTIR LA PROPRETÉ DES SITES TOURISTIQUES

CE QUI EST LANCÉ

Tous les jours de l'année, les agents de la Propreté de Paris se mobilisent au service des Parisiens et des visiteurs de la capitale pour nettoyer les 1 600 km de voies et 2 900 km de trottoirs parisiens, et collecter chaque année 1 million de tonnes de déchets. Chaque année, plus de 800 000 enlèvements d'objets encombrants sont réalisés gratuitement sur rendez-vous et 340 000 m² de graffitis sont retirés.

Afin d'améliorer la propreté de Paris et, plus particulièrement, celle des sites fortement fréquentés, la Ville multiplie les moyens mis à la disposition des usagers et en appelle à leur civisme, tout en renforçant et en adaptant ses interventions au plus près de la réalité du terrain.

Un **dispositif estival de propreté** est mis en œuvre, en lien avec les mairies d'arrondissement et la Préfecture de police, pour renforcer la mobilisation des services de la Ville sur les sites les plus fréquentés aux beaux jours :

- renforcement des moyens de collecte et de propreté sur 9 sites particulièrement fréquentés (les berges de Seine, le Champ de Mars, le Trocadéro, la butte Montmartre, le canal Saint-Martin, les quais de Tournelle, de l'Île-Saint-Louis, la passerelle des Arts, le bassin de la Villette et la place de la République), ainsi que sur les lieux fréquentés la nuit et dans les parcs et jardins ;
- mise en place d'un dispositif spécifique de propreté dans le cadre de l'ouverture nocturne de 9 grands parcs et jardins ;
- adaptation des horaires d'intervention pour tenir compte de la fréquentation ;
- dès juillet 2016, ouverture H24 à l'année de 150 sanisettes ; installation de toilettes mobiles l'été avec les mairies d'arrondissement (4^e, 10^e, 19^e) ; augmentation des fréquences quotidiennes de nettoyage des sanitaires des parcs et jardins ;
- ajout de corbeilles de rue provisoires, en complément des 30 000 déjà implantées, et mise en place de colonnes à verre supplémentaires aux endroits les plus fréquentés ;
- mise en place de bacs de grande capacité et customisés dans 23 parcs et jardins très fréquentés, ainsi que sur le bassin de la Villette, le canal Saint-Martin et les berges de Seine du 7^e pour inciter les usagers à y déposer leurs déchets ;
- communication adaptée sur chaque site pour rappeler les bonnes pratiques et distribution de sacs en papier, « La propreté, c'est l'affaire de tous ! », pour les pique-niqueurs et de cendriers de poche, afin de sensibiliser chacun au respect de l'espace public.

Les **Champs-Élysées** font l'objet, toute l'année, d'un marché spécifique de maintien de la propreté en après-midi, confié à un prestataire, la remise en propreté du matin étant assurée par les services municipaux. Une attention particulière est portée à l'entretien du site à l'occasion de sa piétonisation un dimanche par mois (articulation des moyens régie et prestataire, intervention de la fonctionnelle avant réouverture à la circulation).

Une **lutte contre la prolifération des mégots sur l'espace public** est engagée depuis le printemps 2015. À l'issue de l'installation des 30 000 corbeilles de rue, équipées d'un éteignoir, vaste campagne de sensibilisation au bon geste (campagne d'affichage, distribution de 25 000 cendriers de poche en partenariat avec le Synhorcat en 2015, 125 000 seront distribués en 2016 en partenariat avec la SNCF, la RATP, le Crous, le Synhorcat et la Chambre syndicale des buralistes d'IDF). Depuis le 1^{er} octobre 2015, verbalisation du jet de mégot à 68 €.

Un **travail coordonné des services locaux de propreté est mis en œuvre avec la SNCF** pour améliorer l'entretien des abords des gares parisiennes (gare du Nord et gare de Lyon en particulier).

Le **plan de renforcement de la propreté et la stratégie zéro déchet** lancés début 2016 permettront une plus grande adaptation du service aux nouveaux rythmes et usages de la Ville, afin de maintenir une qualité de propreté et une visibilité du service tout au long de la journée et de l'année. Parallèlement, le déploiement de moyens de tri sur l'espace public, tels que « Trilib », permettra de rendre ce geste citoyen plus simple, plus proche et plus visible pour les Parisiens et les visiteurs soucieux de respecter leur environnement :

- **renforcement des équipes** par la création, en 2016, de 79 postes d'éboueurs et de 20 postes de conducteurs affectés en priorité en après-midi et en soirée ;
- **développement de la mécanisation des tâches** (achat de souffleuses électriques, balayeuses, aspiratrices).

Expérimentation d'une initiation à **la langue anglaise** pour permettre aux éboueurs qui évoluent sur des sites touristiques d'acquérir les bases de la langue anglaise pour échanger avec les touristes et, au besoin, les renseigner sur les politiques publiques de nettoyage et de tri des déchets.

**ACTION 39**

RENFORCEMENT DES MOYENS MUNICIPAUX POUR GARANTIR LA PROPRETÉ DES SITES TOURISTIQUES

LES ACTIONS À VENIR

Renforcer les actions de la Ville pour assurer la propreté des sites touristiques

- **poursuivre la mise en œuvre du plan de renforcement de la propreté et de la stratégie zéro déchet** ;
- déployer un plan spécifique de propreté, de tri et de collecte des déchets, dans le cadre de **l'accueil des grands événements**, sur le modèle de ce qui a été fait pour l'Euro 2016, et des dispositions pour les sites accueillant des **grands événements publics ou professionnels** au Palais des Congrès de Paris, ainsi qu'à Paris Expo Porte de Versailles ;
- **mettre en place un plan de renforcement du tri** sur les sites fortement fréquentés par les touristes et plan de communication sur le tri (traduction du guide du tri en anglais et distribué imprimé avec les syndicats professionnels du tourisme) ; expérimentation du tri sur le canal Saint-Martin ; mise en place à l'été 2016 des premiers « Trilib » pour développer le tri par apport volontaire sur l'espace public ;
- **mise en place, en septembre 2016, de la brigade de lutte contre les incivilités** et doublement du nombre d'agents verbalisateurs, regroupés au sein d'une même direction.

Associer les habitants, professionnels et touristes aux actions menées en faveur de la propreté de Paris

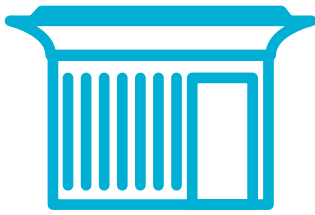
- multiplication des **opérations de nettoyage participatif** avec les habitants, à l'image de « Paris fais-toi belle ! » ;
- incitation à l'usage de l'application « **DansMaRue** », à télécharger sur Paris.fr et qui a vocation à être traduite en anglais ;
- poursuite de la mobilisation des **Pierrots de la nuit**, qui sensibilisent au respect du vivre ensemble (bruit et propreté) dans l'espace public, près des lieux fréquentés la nuit ;
- mise à jour du **guide « Entreprises éco-engagées »** donnant des conseils aux entreprises sur la gestion notamment des déchets et le faire connaître des professionnels animés par l'OTCP ;
- **accompagnement des professionnels** du tourisme, afin de les aider à identifier le mobilier adéquat pour sensibiliser leurs clients (ex. : disposer dans les chambres d'hôtel des poubelles qui incitent au tri...) ;
- **insertion dans une démarche d'économie circulaire**, via l'accompagnement des professionnels et des organisateurs d'événements (vaisselle recyclée et recyclable, réemploi et réutilisation des produits et des emballages, don alimentaire...).

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.

2016 : plan estival de propreté, plan de renforcement de la propreté, plan de relance du tri.

À partir de 2017 : actions de sensibilisation auprès des touristes et des professionnels, poursuite du plan de renforcement de la propreté et de la stratégie zéro déchet.



ACTION 40

AUGMENTATION DU NOMBRE DE TOILETTES DANS LES LIEUX TOURISTIQUES

CE QUI EST LANCÉ

La Ville de Paris mène une politique volontariste pour l'implantation de toilettes dans l'espace public. Mixtes et accessibles aux personnes à mobilité réduite, elles sont également gratuites depuis 2006.

Entre 2009 et 2012, l'ensemble du parc des 400 sanisettes a été remplacé par un nouveau modèle plus moderne, plus spacieux, plus confortable et accessible aux personnes à mobilité réduite. Lors du renouvellement, le renforcement de l'offre à proximité des zones touristiques a été recherché. La fréquentation totale des sanisettes a doublé depuis la mise en place des nouveaux modèles.

Cependant, il faut noter que l'implantation des sanisettes obéit à plusieurs contraintes qui ne permettent pas d'implanter autant de sanisettes que souhaitées : contraintes techniques (absence de réseau sous le mobilier, étude du raccordement du sanitaire aux réseaux d'eau potable, d'assainissement et d'électricité) et contraintes administratives : avis de la Préfecture de police (pas de sanitaire à proximité de sites Vigipirate comme les écoles ou les banques) et des Architectes des Bâtiments de France (covi-sibilité avec des monuments historiques).

La fréquentation totale des sanisettes a doublé depuis la mise en place des nouveaux modèles.

La Mairie prévoit l'implantation de **200 toilettes publiques supplémentaires**, dont :

- **50 sanisettes en 2016**, dont certaines seront à proximité de zones touristiques (près du Champ de Mars, de Notre-Dame, dans le futur jardin des Halles, près des Invalides, le long du bassin de la Villette et du canal Saint-Martin...);
- pour les **150 toilettes restantes**, des dispositifs alternatifs sont en cours de prospection et des tests sont prévus.

La Mairie prévoit **d'étendre les horaires d'ouverture des sanisettes dans les quartiers fréquentés la nuit ou touristiques, ainsi qu'en proximité des parcs et jardins ouverts la nuit**. Le marché d'exploitation des sanisettes permet la mise en œuvre de trois horaires d'ouverture : de 6 h à 22 h, de 6 h à 1 h du matin, et 24 h/24. Au démarrage du nouveau modèle de sanisettes, l'ensemble du parc a été ouvert de 6 h à 22 h. En 2012, 66 sanisettes ont vu leurs horaires d'ouverture étendus jusqu'à 1 h du matin. Depuis l'été 2015, 20 sanisettes sont ouvertes 24 h/24 et 109 sont ouvertes de 6 h à 1 h (les sanisettes restantes étant ouvertes de 6 h à 22 h). Dans le cadre du plan de renforcement de la propreté (février 2016), la Maire de Paris a décidé de l'extension horaire 24 h/24 de 150 sanisettes supplémentaires. Les sanisettes qui bénéficient depuis juin de ces ouvertures élargies sont situées dans les quartiers fréquentés la nuit et/ou touristiques, ainsi qu'en proximité des parcs et jardins ouverts la nuit.

LES ACTIONS À VENIR

- identifier les lieux touristiques où les sanisettes sont en nombre insuffisant et pallier ce besoin par **l'implantation de nouvelles sanisettes ou d'alternatives** telles que :
 - un partenariat avec un réseau de commerces ;
 - des tests de nouveaux types de toilettes écologiques et moins contraignantes ;
 - une attention sera portée à leur accessibilité à tous les types de handicap ;
 - des modèles innovants, actuellement en cours d'étude, comme des toilettes valorisant les effluents, des urinoirs féminins, des modèles amovibles s'adaptant aux horaires d'utilisation de l'espace public... ;
- **améliorer la signalisation des toilettes ;**
- **mettre en ligne en open data les données relatives au parc complet** (sanisettes Ville, WC privés, autres), notamment : géolocalisation, précision par typologie de WC, payant / gratuit et niveau de saturation, pour une mise à disposition de l'information auprès des usagers sur des applis ;
- **envisager une solution de mesure de la satisfaction client**, en complément des contrôles contradictoires effectués par la Ville 3 fois par mois pour vérifier la bonne exécution des prestations de maintenance par l'entreprise.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2016 : installation et mise en service des 50 sanisettes supplémentaires ; extension du nombre de sanisettes bénéficiant d'une ouverture 24 h/24, développement d'un réseau complémentaire :

étude d'alternatives aux sanisettes actuelles, étude de faisabilité d'un partenariat avec des commerces volontaires.

2017-2019 : déploiement des solutions choisies et suivi de la satisfaction.



ACTION 41

ENCADREMENT DU DÉVELOPPEMENT DES MEUBLÉS TOURISTIQUES

CE QUI EST LANCÉ

Compte tenu de l'impact d'un développement non maîtrisé de la location meublée touristique sur un marché du logement très tendu, **le parti pris de la Ville de Paris est d'opérer un encadrement juridique et fiscal ferme et juste de ce secteur de l'hébergement.**

Pour cela, la Ville distingue dans ses actions, sa communication et ses messages :

- l'hôte vertueux : le particulier qui arrondit ses fins de mois par la location occasionnelle de sa résidence principale, souvent de bonne foi, et qu'il faut accompagner dans le respect de la loi ;
- le professionnel déguisé, qui réalise parfois un chiffre d'affaires important et s'exonère de ses obligations fiscales et réglementaires, transformant des logements en résidences hôtelières.

La Ville a ainsi **renforcé les effectifs de contrôleurs** et multiplié les opérations « coup de poing » pour sanctionner la fraude. De nouveaux contrôles seront opérés très régulièrement.

Elle mène des négociations avec les principales plateformes du secteur, qui ont déjà permis la **collecte de la taxe de séjour**

par Airbnb, depuis le 1^{er} octobre 2015, et par Abritel-Homeway, à partir du 1^{er} janvier 2017.

Elle souhaite également le **renforcement des moyens juridiques et législatifs** mis à la disposition des collectivités pour mener une politique efficace de régulation.

S'agissant de **l'amélioration de la connaissance du phénomène**, l'observatoire de l'OTCP a reçu comme objectif en 2016 d'améliorer sa connaissance de ce secteur. L'OTCP a pris contact avec l'Union nationale pour la promotion de la location de vacances (UNPLV), regroupant de nombreux opérateurs tels qu'Abritel ou encore Airbnb, afin d'obtenir non seulement une information précise concernant l'offre de meublés de tourisme à Paris, mais également une information concernant la fréquentation de ces meublés.

Au-delà de la prise de contact et de l'avancée des travaux avec l'UNPLV, une analyse concernant l'impact de l'utilisation d'Airbnb sur le tourisme à Paris, à l'aide du big data, a été réalisée pendant le premier semestre 2016.

LES ACTIONS À VENIR

- **mettre rapidement en place le numéro d'enregistrement créé par la loi République numérique ;**
- **renforcer le contrôle des meublés touristiques :** recrutement d'agents supplémentaires au bureau de la Protection des locaux d'habitation (BPLH) ;
- **simplifier et rendre plus lisibles les démarches à entreprendre par les loueurs :**
 - mise en place d'un guichet unique pour les usagers ;
 - dématérialisation des démarches de régularisation des logements ;
 - refonte de la page du site internet de la Ville pour mieux partir des situations concrètes rencontrées par les propriétaires de bonne foi ;
 - mise en place d'une communication pédagogique à destination des loueurs existants et potentiels, ainsi que des Parisiens en général ;
- **poursuivre les études avec l'Apur et l'OTCP** pour améliorer notre connaissance du phénomène ;
- **responsabiliser les plateformes de location de meublés tourisme** pour les amener à intégrer sur leur site les conditions du respect des lois ;
- mise en place d'un groupe de travail dédié pour travailler sur l'échange de données et la transmission, via les plateformes, d'informations sur la réglementation ;
- **au plan national, soutenir le renforcement du contrôle de la location meublée touristique pour généraliser la perception de la taxe de séjour pour toutes les plateformes** de location en ligne (cf. propositions d'amendement faites à la loi pour une République numérique) ;
- **au plan international, mener une réflexion commune avec l'ensemble des villes touchées par ce phénomène.**

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.

2016 :

- préparation de la mise en place du numéro d'enregistrement ;
- recrutement et formation des nouveaux contrôleurs du BPLH ;
- réunion du groupe de travail Airbnb ;
- communication ;

- planification d'opérations de contrôles systématiques de quartiers ciblés ;
- conduite des projets informatiques : calendrier du projet à définir ;
- mise en place d'un guichet unique ;
- validation de l'étude Apur par la Direction du logement et de l'habitat (DLH).



ACTION 42

ANALYSE DE L'IMPACT DE LA CRÉATION DES ZONES TOURISTIQUES INTERNATIONALES SUR L'ÉCOSYSTÈME PARISIEN

CE QUI EST LANCÉ

L'Observatoire des zones touristiques internationales vise à porter un regard objectif sur l'impact des dispositions de la loi

Macron sur l'emploi et le commerce à Paris.

L'Apur est chargé de la collecte et du traitement des données.

LES ACTIONS À VENIR

Évaluer l'impact des zones touristiques internationales à travers les travaux de l'Observatoire des zones touristiques internationales et prendre les mesures pour combler les éventuels déséquilibres constatés

Des indicateurs statistiques ont été définis sur 3 thèmes :

- **l'emploi**, avec pour objectif d'estimer le nombre d'emplois – notamment ceux liés au tourisme – et son évolution au sein des zones touristiques internationales (ZTI) ;
- **les commerces**, avec pour objectifs de surveiller les équilibres commerciaux, d'identifier les commerces ouverts / fermés le dimanche, d'analyser les mutations physiques des commerces par agrandissement ou disparition, d'observer l'évolution des commerces alimentaires, du commerce de proximité, le prêt-à-porter et les cafés-restaurants, d'analyser l'évolution du commerce indépendant vs les réseaux d'enseigne ;

- **des indicateurs urbains et sociétaux** comme la sollicitation des services urbains, l'évolution des prix immobiliers, l'intensité touristique des territoires.

Les mesures statistiques seront complétées par des enquêtes annuelles de terrain, réalisées dans des zones de test et sur leurs franges.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.



ACTION 43

SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE DANS LE CHAMP DU TOURISME

CE QUI EST LANCÉ

Attachée au développement de la consommation responsable et aux nouvelles initiatives valorisant l'économie solidaire, la Ville de Paris soutient deux associations regroupant de nombreux acteurs du tourisme durable et équitable, afin de les appuyer dans le développement de l'offre parisienne de voyages responsables :

- l'association pour le Tourisme équitable (Ates) ;
- l'association des Acteurs pour un tourisme durable (ATD), dont la collectivité parisienne a compté parmi les premiers adhérents, et qui est le premier réseau national regroupant l'ensemble des acteurs de la chaîne touristique, engagés en matière de développement durable.

LES ACTIONS À VENIR

- **s'appuyer sur la Maison des économies solidaires et innovantes** pour promouvoir le tourisme responsable et solidaire à Paris, mais aussi pour faire découvrir les entrepreneurs, lieux et événements parisiens qui s'inscrivent dans le renouveau d'un Paris durable. La Maison fédérera ces acteurs et en sera une vitrine internationale, grâce à une programmation événementielle et la démonstration de savoir-faire. Son projet de rénovation en tant que tel montrera les savoir-faire de la construction, de la rénovation et de la décoration responsables et circulaires ;
- **suivre le projet de maison du tourisme durable de l'association ATD** et faire les liens nécessaires sur ce sujet avec la Maison des économies solidaires et innovantes ;
- **faire des berges de Seine un lieu vitrine du tourisme durable à Paris.**

Le projet berges de Seine rive droite, « Seine attractive, Seine responsable », a pour ambition de développer une forme de tourisme plus durable, en proposant une promenade riche en activités faisant intervenir divers acteurs de l'économie solidaire et circulaire (entre Châtelet et le tunnel des Tuileries) ;

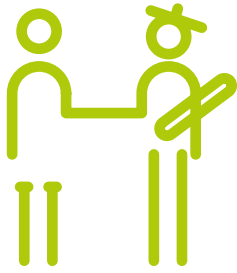
- **promouvoir les offres de tourisme durable** sur une plateforme, dans une rubrique dédiée de « Que Faire à Paris » ou encore sur le site de l'OTCP, la marketer et aider à sa commercialisation²² ;
- **soutenir les opérateurs touristiques relevant du champ de l'économie sociale et solidaire** (ex. : entreprises d'insertion) et mettre en relation les acteurs du tourisme traditionnel avec ces acteurs ;
- inclure le tourisme dans les thématiques de la **conférence mondiale des villes inclusives**.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.

2017 : ouverture de la Maison des économies solidaires et innovantes.

²² Cf. fiche-action 14 « Développement des balades urbaines faisant découvrir le Paris des Parisiens, le Paris alternatif et insolite ».



ACTION 44

DÉVELOPPEMENT DU « TOURISME PARTICIPATIF » ET DES RENCONTRES ENTRE PARISIENS ET VISITEURS

CE QUI EST LANCÉ

Différentes actions ont été entreprises pour **améliorer l'accueil des visiteurs par les Parisiens et impliquer les habitants dans l'expérience de visite.**

L'OTCP a instauré une Journée du tourisme, « Paris vous sourit », en 2007/2008/2009, créé des contenus présentant le « Paris des Parisiens » sur son site internet, avec des vidéos de présentation des quartiers par leurs habitants, et confié la gestion de son compte Twitter à un Parisien : « vendredis, Paris je t'aime ».

La Ville de Paris soutient les associations qui mettent en relation Parisiens et visiteurs, et organise des événements participatifs comme la Chasse aux trésors.

LES ACTIONS À VENIR

Soutenir le développement du tourisme participatif et mettre en relation les touristes et les Parisiens, dans le cadre d'une stratégie en 2 volets :

Structurer l'offre de tourisme participatif et collaboratif permettant de découvrir Paris avec l'aide de ses habitants

- soutenir des **initiatives de découverte des quartiers par les habitants** et les communautés locales, notamment les balades urbaines, hors des sentiers battus, et dans les quartiers moins touristiques, et les échanges entre les habitants et les touristes, grâce à des **chats communautaires ou des hotlines téléphoniques**. À ce titre, une offre de tourisme participatif, permettant à des passagers en correspondance longue d'aller à la rencontre des Parisiens et de découvrir Paris hors des sentiers battus, sera expérimentée avec Aéroports de Paris en 2016 ;
- soutenir des **initiatives de valorisation des habitants** (portraits photos, témoignages, rencontres) ;

- promouvoir les lieux et séjours dédiés **au tourisme créatif** (ex. : ateliers créatifs autour de la gastronomie, de la photo...);
- faire un benchmark des **programmes « ambassadeurs »** mis en place par d'autres destinations en France et à l'étranger, et étudier l'opportunité de la création d'une telle communauté à Paris. Les ambassadeurs de Paris auraient pour rôle de promouvoir la destination dans leurs réseaux et lors d'événements, en échange de quoi ils bénéficieraient d'avantages (ex. : places à prix réduit, invitations exclusives...).

Promouvoir l'offre de tourisme participatif

- enrichir la rubrique du « Paris des Parisiens » de l'OTCP ;
- créer des contenus mettant en avant le Paris « authentique » ,destinés aux réseaux sociaux ;
- créer un dossier « Social Paris », recensant l'offre proposée par les Parisiens ;
- relayer l'information sur « Que Faire à Paris » ;
- utiliser les médias sociaux de la Ville, de l'OTCP et des ambassadeurs.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.

2016 : développement, en partenariat avec Aéroports de Paris, d'une offre de tourisme participatif pour les passagers en correspondance longue.

2017 :

- veille et recensement des initiatives parisiennes : identification des différents modes de soutien aux initiatives et projets participatifs retenus ;
- étude pour la mise en place du programme « ambassadeurs » ;
- promotion / relais d'une offre de tourisme créatif.

- ▶ Un tourisme respectueux de l'environnement
- ▶▶ Paris, capitale de la mobilité touristique durable



ACTION 45

ORGANISATION D'UNE MOBILITÉ PAR AUTOCAR PLUS RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT ET MIEUX INTÉGRÉE À L'ESPACE PUBLIC

CE QUI EST LANCÉ

Pour assurer l'accueil dans de bonnes conditions des groupes transportés par autocar, la Ville a :

- déployé 512 places de stationnement ou aires de dépose-reprise dédiées aux autocars et accessibles via la tarification « pass autocars » ;
- autorisé l'accès des autocars aux aires de livraison, ainsi que la dépose-reprise hors des espaces dédiés pour faciliter la desserte des établissements hôteliers, scolaires, sportifs et culturels ;
- expérimenté des capteurs de présence sur quelques places de stationnement pour informer en temps réel de la disponibilité des places ;

- mis en place une politique tarifaire pour favoriser les autocars aux pratiques les plus vertueuses et les plus adaptées au territoire parisien ;
- mené une concertation avec les professionnels, dans le cadre du « Comité autocars », pour converger vers une « mobilité touristique durable » et favoriser la transition énergétique des véhicules.

LES ACTIONS À VENIR

Les actions présentées s'inscrivent dans le cadre de la politique de gestion de la mobilité autocar, mode de transport très prisé pour le déplacement des groupes de visiteurs, dont les pratiques doivent évoluer pour mieux s'intégrer en ville au profit de tous.

Améliorer la mobilité et réduire les nuisances au profit des usagers de l'espace public et des professionnels eux-mêmes, par la réalisation d'un schéma directeur du stationnement autocar

- sur les principaux sites visités, adapter les durées de stationnement, en fonction des besoins des groupes transportés ;
- créer des espaces de stationnement plus adaptés aux pratiques de déplacement des professionnels avec des espaces de dépose-reprise pour la prise en charge des groupes, de stationnement courte-durée pour faciliter l'attente, lorsque le groupe est en approche, et longue-durée pour patienter dans de bonnes conditions au cours de la visite ;
- favoriser le stationnement dans les parcs de stationnement fermés, en sous-sol et au sein des environnements à la morphologie urbaine adaptée ;
- mutualiser les moyens, en intégrant les espaces de stationnement adaptés aux autocars et exploités par d'autres gestionnaires au dispositif « pass autocar » ;
- mettre en place un dispositif « grands événements »²³ pour organiser le stationnement et la circulation lorsque de nombreux visiteurs se rendent simultanément à Paris en autocar ;
- situer en priorité le stationnement des autocars de desserte aéroportuaire et interurbaine, en connexion avec le réseau de transports collectifs et avec les gares ferroviaires parisiennes. Les stationnements situés à proximité des lieux touristiques privilégient l'accueil des groupes de visiteurs ;

- promouvoir le stationnement à proximité de nouveaux territoires touristiques pour renforcer leur attractivité et développer le tourisme sur de nouveaux territoires²⁴ ;
- améliorer l'attractivité des parcs de stationnement en renforçant les services offerts aux conducteurs.

Il s'agit également de faire évoluer la politique tarifaire pour inciter aux bonnes pratiques et favoriser une meilleure intégration de l'autocar en ville :

- favoriser les professionnels les plus vertueux (pollution, bruit, pratiques sauvages...) ;
- inciter au développement des offres touristiques par autocar dans les secteurs touristiques en développement et hors du cœur touristique parisien²⁵ ;
- réguler le nombre d'autocars au cœur des sites trop fréquentés.

Poursuivre la politique environnementale engagée auprès des autocaristes

Accélérer le renouvellement des autocars les plus anciens et engager la transition vers une mobilité touristique non-diesel :

- poursuivre le plan parisien de lutte contre la pollution ;
- continuer à proposer des tarifs préférentiels aux autocars de tourisme les moins polluants ;
- introduire une redevance d'usage de l'espace public, incitative au renouvellement des véhicules, auprès des autocars dont le service en place ne nécessite pas le paiement du stationnement ;
- renforcer la place de la mobilité douce dans le cœur touristique de la capitale²⁶ ;
- favoriser la création de stations de recharge en énergie alternative ;
- créer une verbalisation pour « moteur non-coupé ».

- ▶ Un tourisme respectueux de l'environnement
- ▶▶ Paris, capitale de la mobilité touristique durable

**ACTION 45**

ORGANISATION D'UNE MOBILITÉ PAR AUTOCAR PLUS RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT ET MIEUX INTÉGRÉE À L'ESPACE PUBLIC

Renforcer le contrôle des pratiques de mobilité par autocar

- lancer des actions de contrôle autocar avec la Préfecture de police ;
- inciter la Préfecture de police à développer la vidéo-verbalisation pour la circulation sur les couloirs de bus ;
- immobiliser plus souvent les véhicules en stationnement illicite ;

- innover pour systématiser et automatiser le contrôle de certaines pratiques ;
- déployer du personnel complémentaire sur les principaux pôles touristiques (aux fonctions transversales sur les pôles touristiques, accueil, info, contrôle) pour assurer un accueil de qualité et une régulation dynamique des pratiques²⁷.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2017 : schéma directeur du stationnement autocar, actions de contrôle, ouverture de la station gaz naturel pour véhicules (GNV) porte de la Chapelle, mise en œuvre d'une redevance pour les lignes touristiques et aéroportuaires.

2017-2019 : mise en œuvre du schéma directeur, interdiction de circulation des autocars de norme inférieure ou égale à Euro 3, déploiement de personnel au sein des sites les plus fréquentés, ouverture de nouvelles stations GNV.

²³ Cf. fiche-action 50 « Encouragement à la gestion écologique des événements ».

²⁴ Cf. Fiche-action 22 « Création de marques de quartiers pour faire émerger les nouveaux quartiers touristiques de Paris ».

²⁵ Idem

²⁶ Cf. fiche-action 46 « Développement des mobilités touristiques douces et réorganisation des pôles touristiques parisiens ».

²⁷ Cf. fiche-action 27 « Déploiement de 200 jeunes en service civique par an sur les sites les plus touristiques ».

- ▶ Un tourisme respectueux de l'environnement
- ▶▶ Paris, capitale de la mobilité touristique durable



ACTION 46

DÉVELOPPEMENT DES MOBILITÉS TOURISTIQUES DOUCES ET RÉORGANISATION DES PÔLES TOURISTIQUES PARISIENS

CE QUI EST LANCÉ

Des schémas directeurs contribuent à renforcer la place de la mobilité douce au détriment des modes motorisés :

- **le plan vélo** (1 400 km cyclables d'ici 2020, itinéraires à destination des touristes dans le centre, entre les bois ou encore le long des berges, dont certains en test sur une appli, vélos-stations de grande capacité dans les gares de Lyon et de Montparnasse, lien avec des parcours hors Paris...);
- **la stratégie piétons**, qui porte une attention particulière à la marche dans un contexte touristique ;

- **les piétonisations temporaires (Journée sans voiture, Champs-Élysées piétons, Paris Respire)** permettant de découvrir Paris et ses sites emblématiques sous un nouveau jour ;
- **le plan de lutte contre la pollution** (via la transition énergétique des autocars).

Des expérimentations ont été menées dans le cadre de l'Euro 2016 pour améliorer l'accueil touristique et inciter à la marche en ville (applications, bornes physiques d'orientation).

LES ACTIONS À VENIR

Développer les modes de déplacement doux (en vélo, à pied) dans le centre touristique parisien, selon une stratégie en 3 axes

- **repenser l'organisation des pôles touristiques parisiens** (tour Eiffel / Trocadéro, Étoile, Concorde, Opéra, Louvre, Notre-Dame, gares ferroviaires) pour renforcer la place des modes doux et l'attractivité touristique, tout en assurant la cohérence avec les grands projets en cours (piétonisation, aménagements vélo, extension des zones 30, requalification d'espaces publics parisiens...);
- **connecter ces pôles touristiques par des itinéraires cyclables et piétons**, où les mobilités douces sont prioritaires. Accompagner cette démarche des infrastructures (accès à la location de vélo, itinéraires, stationnement) et des informations nécessaires (cartographies multilingues, applications...). Étendre ensuite cette aire centrale apaisée sur tout le territoire parisien ;
- **développer les itinéraires cyclables et piétons en périphérie du centre**, à valoriser selon des thématiques : tourisme de mémoire, parcs et jardins, tourisme fluvial... Cette boucle d'itinéraires doux fera l'objet de cartographies spécifiquement orientées vers les publics touristiques.

Pour accompagner ces actions :

- **faire évoluer le service Vélib'** : les stations à proximité des pôles touristiques pourront faire l'objet d'extensions si l'analyse des usages met en évidence un besoin. Des pistes d'innovation (retrait multiple pour les groupes, flashcode pour l'information en langue étrangère, « pass Vélib international »...) seront explorées. Les informations cartographiques seront plus accessibles à des personnes étrangères et s'accompagneront d'un flashcode permettant l'accès dans toutes les langues aux itinéraires vélos ;

- valoriser et communiquer les lieux de **location / réparation de vélo** ;
- **jalonner 2 vélo-routes supplémentaires** : jalonner l'EV3 (chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle) et accompagner la réflexion initiée par l'État sur une nouvelle véloroute Val-de-Seine (menant jusqu'au Havre), pour compléter les vélo-routes existantes : Véloscénie (vers le Mont Saint-Michel) et l'avenue verte Paris-Londres ;
- étudier les modalités d'accompagnement du CRT IDF pour le déploiement à Paris du **label national « Accueil vélo »**, qui distingue les établissements (hébergements, offices de tourisme, loueurs de vélo et lieux de visite) aptes à accueillir des cyclo-touristes ;
- réaliser des actions du **budget participatif** sur la création d'itinéraires accompagnés de dispositifs d'orientation pour un repérage des lieux singuliers.

Accompagner et encadrer le développement des tricycles non motorisés, transportant des touristes, en forte croissance sur l'espace public grâce à l'élaboration d'une charte visant à favoriser les comportements vertueux et à mettre en avant les sociétés assurant un certain standard de qualité de service, via l'affichage d'un label « Ville de Paris ».

- ▶ Un tourisme respectueux de l'environnement
- ▶▶ Paris, capitale de la mobilité touristique durable

**ACTION 46****DÉVELOPPEMENT DES MOBILITÉS
TOURISTIQUES DOUCES ET RÉORGANISATION
DES PÔLES TOURISTIQUES PARISIENS****CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE**

Objectif de réalisation 2022.

2016 : proposition de réorganisation des pôles touristiques d'Opéra, de Notre-Dame et de Trocadéro / tour Eiffel, déploiement des itinéraires piétons « Louvre-Bastille » et « circuit des Musées ».

2017 : réorganisation des pôles touristiques et des pôles émergents, diffusion à Paris du label « Accueil vélo ».

2018 : mise en œuvre des évolutions Vélib', finalisation de l'itinéraire cyclable reliant les bois parisiens en longeant la Seine et de la « boucle touristique apaisée », et diffusion des supports de communication associés.

- ▶ Un tourisme respectueux de l'environnement
- ▶▶ Paris, capitale de la mobilité touristique durable



ACTION 47

ENCOURAGEMENT À LA MOBILITÉ TOURISTIQUE EN TRANSPORTS COLLECTIFS PUBLICS

CE QUI EST LANCÉ

Les transports collectifs publics sont accessibles à tout visiteur individuel ou en groupe, et permettent de se déplacer sur l'ensemble du territoire francilien, et d'accéder aux aéroports de Roissy et d'Orly, aux gares routières (Gallieni, La Défense...) et aux gares ferroviaires franciliennes (Massy, Marne-la-Vallée...) :

- lignes du réseau de transports collectifs (RER/transilien, métro, tramway, bus de jour, noctiliens) ;
- lignes privées de circuits touristiques Hop-On / Hop-Off (Big-Bus, OpenTour, Foxity).

Dans le cadre de sa représentation au sein des instances du Stif, la Ville de Paris contribue notamment :

- à la généralisation progressive des titres de transport sans contact ;
- au développement de l'offre nocturne ;

- à l'évolution du titre de transport « Paris-Visite »²⁸ ;
- à la transition énergétique de l'ensemble des bus²⁹ ;
- à l'évolution du « pass congrès »... ;
- aux études pour la réalisation de 2 lignes de bus à haut niveau de service, l'une pour se déplacer le long de la Seine (rapprochement des bois de Boulogne et de Vincennes), l'autre pour connecter l'ensemble des gares ferroviaires.

Par ailleurs, elle :

- assure une part de financement de projets de transports collectifs en Île-de-France (prolongements M14, M11, T9, Eole...) ;
- déploie sur l'ensemble des points d'arrêt des lignes de circuits touristiques de nouveaux abris voyageurs, dotés d'espaces d'affichage agrandis.

LES ACTIONS À VENIR

Poursuite de l'engagement de la Ville pour soutenir le développement d'une offre de transports collectifs, adaptée aux touristes

- développement d'infrastructures nouvelles (M14, M11, T3, T9...) et amélioration de l'existant (création de couloirs de bus, renouvellement des abris voyageurs...) ;
- transition énergétique des bus ;
- développement du réseau noctilien, extension des horaires du métro ;
- généralisation de l'accès à Internet dans le métro, le RER et les lignes dédiées à la connexion avec les aéroports.

Mise en cohérence de l'offre en croissance de transport touristique avec les orientations en matière de tourisme et de gestion de la mobilité de la Ville

Améliorer l'information touristique :

développer des partenariats pour déployer plus largement l'information touristique sur les supports et points d'accueil :

- réseau de points d'arrêt des lignes de circuits touristiques ;
- espaces d'affichage disponibles au sein du réseau de transports collectifs de propriété RATP et SNCF (stations, gares...), voire Stif (véhicules) ;
- guichets au sein du réseau lourd (métro, RER) ;
- ensemble du réseau, auprès des publics internationaux non francophones. Le dispositif pilote « Welcome » mis en place par le Stif / SNCF pour la COP21 et prolongé pour l'Euro 2016 sera étendu.

Mieux adapter le titre de transport « Paris-Visite »³⁰ aux besoins des touristes :

- numériser le « Paris-Visite » et l'intégrer au « Paris Passlib' » de l'OTCP pour avoir accès avec une seule et même carte à l'offre de transports, de loisirs et de musées.

Mettre en cohérence les offres de circuits touristiques avec les orientations de la Mairie, en matière de développement durable et de gestion de la mobilité :

- mettre en place auprès, des opérateurs de circuits touristiques, une redevance incitative au renouvellement des véhicules vers des motorisations non-diesel ;
- étudier la possibilité d'une régulation des circuits touristiques par la Mairie, à moyen terme.

Affirmer les gares ferroviaires et les gares routières parisiennes comme des lieux d'accueil des visiteurs :

- renforcement de l'intermodalité entre les gares parisiennes ;
- projet de bipôle gare de l'Est / gare du Nord, inscrit au contrat de plan État-Région (Cper) et soutenu par la Ville / Stif pour améliorer les correspondances piétonnes, de surface et dans les espaces ferroviaires souterrains entre les deux gares de l'Est et du Nord et la station Magenta ;
- expérimentation d'une liaison par navette autonome entre les gares de Lyon et d'Austerlitz dès 2016, puis dans les bois parisiens et à plus long terme sur le territoire parisien ;
- création de la rocade des gares, ligne de bus à haut niveau de service assurant une liaison directe entre les gares ferroviaires parisiennes ;

- ▶ Un tourisme respectueux de l'environnement
- ▶ Paris, capitale de la mobilité touristique durable

**ACTION 47**

ENCOURAGEMENT À LA MOBILITÉ TOURISTIQUE EN TRANSPORTS COLLECTIFS PUBLICS

- restructuration des gares routières parisiennes de Bercy et de la porte Maillot, points d'accueil des lignes autocar longue distance pour améliorer la qualité d'accueil ;
- réalisation d'un schéma directeur métropolitain des gares routières (Apur) pour analyser l'insertion souhaitable des gares routières en Île-de-France et anticipation des conséquences de la libéralisation du transport en bus.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2022.**2016 :**

- déploiement d'abris voyageurs nouvelle génération des lignes de circuits touristiques ;
- expérimentation de navettes autonomes entre les gares de Lyon et d'Austeritz.

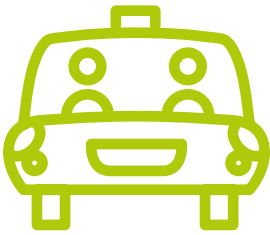
2017 : redevance incitative au renouvellement des véhicules, conception et mise en place d'information touristique aux points d'arrêt des lignes de circuits touristiques.

Au-delà de 2017-2018 : nouvelle gestion des circuits touristiques, si les études confirment ce besoin et cette possibilité.

28 Cf. fiche-action 25 « Dématérialisation des billetteries ».

29 Cf. fiche-action 45 « Organisation d'une mobilité par autocar plus respectueuse de l'environnement et mieux intégrée à l'espace public ».

30 Cf. fiche-action 25 « Dématérialisation des billetteries ».

**ACTION 48**

DÉVELOPPEMENT DE LA QUALITÉ DE L'OFFRE DE TRANSPORT PUBLIC PARTICULIER DE PERSONNES

CE QUI EST LANCÉ

Pour faciliter l'usage du taxi, la Ville de Paris a mis en place, **en 2007, une nouvelle organisation des stations de taxis**. Environ 400 stations de taxis comprenant 3 000 places de stationnement sont réparties dans la capitale, dont :

- 28 grandes stations à proximité des sites touristiques ;
- 89 stations de quartier ;
- 308 stations locales, situées près des hôpitaux, hôtels, théâtres... ;
- 11 stations en gare ferroviaire ;
- 74 stations équipées de bornes d'appels téléphoniques.

La Ville de Paris a déployé en 2014 une **nouvelle application smartphone dédiée aux usagers et aux professionnels : « Paris taxis »**. Avec la mise en place du registre national des disponibilités des taxis basé sur l'open data, une nouvelle version de « Paris taxis » a été développée. Cette nouvelle version permettra à un client de héler, via son smartphone, un taxi proche de lui, qu'il soit en station ou non.

Par ailleurs, de **nouveaux mobiliers (abris, poteaux) ont été installés en 2015** pour renforcer la visibilité des stations de taxis, ainsi que le confort des usagers et des conducteurs.

Plusieurs améliorations sont en cours pour fluidifier les liaisons en taxi, entre Paris et les aéroports, et stabiliser leurs prix :

- le gouvernement a instauré, dans un arrêté ministériel de novembre 2015, des **prix forfaitaires pour les courses de taxis entre Paris et les aéroports d'Orly et de Roissy** (30 € entre Paris rive gauche et Orly, 35 € entre Paris rive droite et Orly, 50 euros entre Roissy-Charles-de-Gaulle et rive droite, 55 € entre l'aéroport de Paris-Charles-de-Gaulle et Paris rive gauche) ;
- des **voies réservées aux taxis** (et aux lignes régulières) ont été aménagées sur l'A1 et l'A6.

Pour favoriser les taxis moins polluants, la Ville de Paris propose depuis 2013 une aide financière importante à l'achat de véhicules électriques ou hybrides rechargeables. Cette aide double celle de l'État (4 000 € pour une voiture hybride rechargeable et 6 300 € pour une voiture électrique). En dépit de l'étroitesse de la gamme de véhicules disponibles et homologués à un prix acceptable pour les chauffeurs, 77 demandes de subventions ont été enregistrées, correspondant à un total de 326 500 € de subventions versées depuis 2013.

LES ACTIONS À VENIR

Moderniser la mise en relation entre clients et chauffeurs

Moderniser les bornes d'appels téléphoniques : la Ville de Paris souhaite remplacer les bornes existantes par un nouveau dispositif de bornes d'appels.

Accompagner l'évolution du secteur des transports publics particuliers de personnes

Le secteur des transports publics particuliers de personnes – taxis, VTC (voitures de transport avec chauffeur), véhicules LOTI (loi d'orientation des transports intérieurs) – a connu, ces dernières années, de profonds bouleversements qui ont amené l'État à réfléchir à une clarification réglementaire et à tendre vers une harmonisation.

En partenariat avec la Préfecture de police, la Ville de Paris veillera à la bonne adéquation entre l'offre et la demande sur son territoire et à l'élaboration de critères de qualité des services rendus. L'offre de transport public particulier de personnes doit en effet s'inscrire dans la politique municipale de déplacements.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2016 : modernisation de l'application « Paris taxis ».

**ACTION 49****ACCOMPAGNEMENT DU SECTEUR DE L'HÔTELLERIE-RESTAURATION DANS DES DÉMARCHES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE****CE QUI EST LANCÉ****Ce qui est mis en place par la Ville de Paris :**

- **un guide électronique** : outils interactifs (autodiagnostic, suivi des consommations...) et fiches sectorielles : hôtellerie, tourisme d'affaires, agences de voyage, alimentaire (restaurants) et événementiel. Le guide propose des actions très concrètes à mettre en œuvre³¹ ;
- **le site « Paris commerce énergie »**, qui prodigue des conseils pour mieux maîtriser leurs consommations énergétiques et diminuer leurs factures. Une dizaine de typologies de commerces (café-restaurant, boulangerie...) a été étudiée pour prendre en compte les spécificités de ces activités. Solutions et conseils sur-mesure en fonction des besoins³² ;
- **un simulateur carbone** des menus pour les gestionnaires de la restauration collective parisienne, dans le cadre du plan d'alimentation durable. Cet outil permet d'évaluer les émissions de gaz à effet de serre (GES) des repas consommés dans un restaurant collectif et contribue à réaliser des menus, dont l'impact environnemental est réduit. Le simulateur est disponible librement³³ ;
- **des fiches de bonnes pratiques** à destination des professionnels, dans le cadre de la prévention des déchets et de la lutte contre le gaspillage alimentaire ;
- en partenariat avec la CCIR Paris-Île-de-France et le Synhorcat, sensibilisation des restaurateurs en matière de collecte des rejets gras ;
- **une charte partenariale**³⁴, dont plusieurs acteurs du tourisme sont signataires.

Pour renforcer ces démarches, un nouveau projet de **carnet Tertiaire, déclinaison opérationnelle du plan climat** à destination des acteurs économiques, sera présenté au Conseil de Paris en novembre 2016. Plan d'actions partenarial, il engagera la Ville et les acteurs du territoire dans la maîtrise de l'empreinte carbone de Paris au travers de sept thèmes, dont le tourisme durable.

Pour animer cet écosystème, la Ville a créé une plateforme en ligne, le **« Hub tertiaire »**³⁵. À chaque thème est associée une communauté en charge de l'élaboration et de la mise en œuvre des mesures du carnet.

Ce qui est mis en place par l'OTCP : le programme « Pour un hébergement durable à Paris », ayant pour objectif d'encourager les hôteliers parisiens et franciliens à adopter une démarche écoresponsable et de les accompagner dans le démarrage de leur plan d'actions pour monter en compétence sur tous les thèmes du développement durable (volets environnemental, économique et social / sociétal). Il s'agit d'un programme gratuit, à destination des hôteliers adhérents de l'OTCP, puis ouvert aux hôtels contingentés pour la COP21. Fin 2015, **461 hôtels participent à ce programme** qui leur propose un autodiagnostic en ligne avec des pistes d'amélioration, un accompagnement individuel avec visite de l'établissement et vérification des résultats de l'autodiagnostic, un accompagnement collectif par le biais d'ateliers et d'éducteurs thématiques, la signature d'une charte d'engagement de 3 ans et une communication sur la démarche³⁶.

LES ACTIONS À VENIR**Le tourisme est reconnu comme un enjeu important du plan climat**

Plusieurs pistes d'actions potentielles sont envisagées, qui rejoignent les préoccupations des acteurs du tourisme œuvrant au développement d'un tourisme plus durable, par **une meilleure gestion de l'énergie et des déchets et, plus largement, une activité plus responsable au regard de l'environnement** :

- animation des communautés « tourisme » et « culture, sports et loisirs » du « Hub tertiaire » conjointement par la Ville et l'OTCP pour accompagner de manière opérationnelle la mise en œuvre de ces actions et projets ;

- poursuite du référencement et de la valorisation de l'offre touristique durable sur les outils d'information et de promotion de la Ville et de l'OTCP, ainsi que dans la nouvelle appli « Welcome To Paris » de l'OTCP ;
- étude de l'adaptation du principe de « famille à énergie positive » aux commerçants, en associant les mairies d'arrondissement, les fédérations, la CCI, la CMA et l'OTCP ;
- développement de la végétalisation et des Parisculteurs dans le secteur hôtelier.

L'OTCP poursuit l'animation du réseau d'hôteliers signataires de sa charte « Pour un hébergement durable à Paris » (2 à 3 ateliers / éducteurs thématiques annuels) et accompagnera tout nouvel hôtelier intéressé par la démarche.

**ACTION 49****ACCOMPAGNEMENT DU SECTEUR
DE L'HÔTELLERIE-RESTAURATION DANS DES
DÉMARCHES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE****CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE**

Objectif de réalisation 2019.

2016 : élaboration du carnet Tertiaire du plan climat énergie, lancement du « Hub tertiaire », publication du carnet Tertiaire et lancement des premières mesures sectorielles.

À partir de 2017 : animation des communautés liées au tourisme sur le « Hub tertiaire », poursuite du plan d'accompagnement des professionnels par l'OTCP, réflexion sur la « famille à énergie positive ».

31 Consultable en ligne <http://guideecopme.paris.fr/index.html>

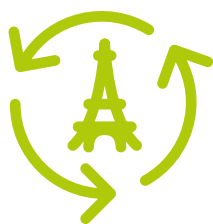
32 <http://paris-commerce-energie.paris.fr/>

33 <http://acteursduparisdurable.fr/sites/default/files/simulateur-carbone>

34 <http://parisactionclimat.paris.fr/fr/>

35 <http://www.hubtertiaire.paris/>

36 <http://pro.Parisinfo.com/index.php/developpez-votre-activite/tourisme-durable/programme-pour-un-hebergement-durable-a-paris>

**ACTION 50****ENCOURAGEMENT À LA GESTION ÉCOLOGIQUE DES ÉVÉNEMENTS****CE QUI EST LANCÉ**

Chaque année, à Paris, plus de 2 000 manifestations culturelles, sportives, festives ou encore commerciales, comme les brocantes, sont autorisées, auxquelles s'ajoutent plus de 500 événements organisés dans les espaces verts.

En complément des démarches existantes dans le secteur de l'événementiel³⁷, la Ville incite les concepteurs et organisateurs d'événements **sur l'espace public** à développer des pratiques les plus respectueuses du public et de son environnement.

À cette fin, Paris s'est doté, en janvier 2016, d'une « **Charte des événements écoresponsables** » qui définit les bonnes pratiques à adopter pour que ces manifestations réduisent leur impact sur l'environnement, autour de 8 objectifs visant à :

- réduire l'empreinte carbone de l'événement à chaque étape : de sa conception à son installation, en passant par son déroulement et son démontage ;
- sensibiliser les visiteurs de ces événements aux enjeux du développement durable.

Les 8 objectifs de la charte sont de :

1. limiter l'empreinte écologique du transport des personnes et des marchandises ;
2. économiser les ressources énergétiques ;
3. privilégier l'utilisation de produits d'installation réutilisables et recyclables ;
4. réduire, trier et valoriser les déchets ;
5. privilégier une restauration durable ;
6. mettre en place une communication écoresponsable ;
7. sensibiliser aux enjeux du développement durable ;
8. connaître, faire connaître et compenser l'empreinte écologique de l'événement.

La charte est actuellement envoyée aux organisateurs, lors des demandes d'autorisation d'occupation du domaine public.

LES ACTIONS À VENIR

La « **Charte des événements écoresponsables** » s'imposera progressivement aux organisateurs d'événements sur le domaine public et les espaces verts, afin de leur donner le temps nécessaire à l'adaptation de leurs pratiques.

Pour la période transitoire, les organisateurs seront incités à remplir un questionnaire à l'issue de l'événement organisé. Une boîte à outils en ligne sera par ailleurs accessible. Elle existe déjà en partie sur le site des acteurs du Paris durable, géré par la Ville de Paris. Un événement de concertation et d'échanges avec les acteurs de l'événementiel à Paris sera organisé à l'automne 2016, afin de favoriser le partage de bonnes pratiques, la mise en réseau et l'accompagnement des acteurs dans l'application de la charte.

À partir de 2017, la charte s'appliquera dans toutes ses modalités. L'engagement des organisateurs à poursuivre les objectifs de la charte, en fonction de la nature de l'événement, sera nécessaire à l'accueil de ce dernier sur le sol parisien. Tout manquement aux prescriptions de la charte sera pris en compte dans le cadre de l'examen d'une nouvelle demande de l'organisateur sur l'ensemble du territoire parisien.

La « **Charte des événements écoresponsables** » a vocation à s'appliquer également aux gestionnaires de site, selon un référentiel inspiré de la norme ISO 2012.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE**Objectif de réalisation 2017.**

2016 : mise en place de la charte.

2017 : application progressive de la charte dans toutes ses modalités.

37 <http://www.eco-evenement.org>



ACTION 51

DÉVELOPPEMENT DES CAPACITÉS D'HÉBERGEMENT GRÂCE À LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN HÔTELIER MÉTROPOLITAIN

L'un des enjeux majeurs pour atteindre l'objectif d'accueillir 2 % de touristes supplémentaires par an, d'ici à 2022, est de mener une politique ambitieuse d'investissements dans les infrastructures hôtelières et de transport, non seulement pour être **en capacité d'accueillir les nouveaux flux**, mais également pour

stimuler une nouvelle demande touristique. En effet le secteur du tourisme est un marché de l'offre : plus l'offre hôtelière et de transport est développée et abordable, plus la demande touristique est stimulée.

CE QUI EST LANCÉ

À l'échelle du territoire parisien, la Ville de Paris poursuit le **plan hôtelier** enclenché en 2008. Il s'agit d'un plan de cession de fonciers propriétés de la Ville (ou détenus par des aménageurs) à des opérateurs associatifs ou privés, afin d'augmenter la capacité d'accueil de Paris et de combler un déficit d'offre (2 et 3*, auberges de jeunesse). Une attention particulière est portée à la qualité architecturale et à l'innovation.

Des démarches spécifiques comme l'appel à projets « **Réinventer Paris** » permettent d'augmenter l'offre d'hôtellerie innovante (4 projets « Réinventer Paris » contiennent une offre hôtelière). L'agence d'attractivité **Paris&Co** (ex Paris Lab) est chargée depuis 2008 de promouvoir les fonciers mutables auprès de prospects investisseurs et utilisateurs.

En parallèle, les services de la Ville ont mis en place un **outil de suivi des projets privés de création d'offre hôtelière** à travers les permis de construire.

En 2015, la Ville de Paris a proposé aux territoires voisins de s'inscrire dans une démarche commune, afin de partager une **stratégie de développement hôtelier métropolitain**. Le pilotage de cette réflexion et des réunions a été confié à Paris&Co.

Un objectif de 12 000 chambres à construire d'ici 2020 a été fixé à l'échelle métropolitaine, tout en variant la nature de l'offre pour garantir un Paris accessible à toutes les catégories de clientèles touristiques.

Le plan d'actions convenu entre les partenaires est le suivant :

- **identification du foncier disponible** : les partenaires adressent à Paris&Co les fiches de description des parcelles concernées. L'objectif est la visualisation de l'offre métropolitaine, une concertation sur la stratégie des territoires, un outil de promotion puissant auprès des investisseurs et opérateurs ;
- **promotion des territoires et des opportunités foncières** : Paris&Co poursuit ces actions dans le cadre des rendez-vous avec des prospects investisseurs ou exploitants hôteliers, notamment à l'occasion des grands événements, du type Mipim (Marché international des professionnels de l'immobilier) ou Simi (Salon de l'immobilier d'entreprise) ;
- **réalisation d'une cartographie métropolitaine interactive** des projets d'hébergements touristiques par l'Apur, avec différents calques de lecture (lignes et hubs de transport, pôles d'emploi, périmètres des ZAC, équipements culturels, sportifs, de loisirs et d'affaires, centres commerciaux, parcs et jardins) ;
- **mise au point d'un outil partagé de suivi des projets d'ouverture d'hôtels**, permettant de mesurer l'évolution de l'offre hôtelière et de suivre l'avancement par rapport à l'objectif de 12 000 chambres.

La Ville de Paris gère également les centres internationaux de séjour de Paris (CISP), Ravel (197 lits) et Kellermann (427 lits), via une délégation de service public renouvelée au 1^{er} septembre 2016. Ces deux centres développent une offre de courts et de moyens séjours, dans le cadre d'un tourisme à vocation sociale.

LES ACTIONS À VENIR

Poursuivre la stratégie de développement hôtelier métropolitain, en encourageant le développement d'une offre d'hébergements :

- **moderne**, intégrant les innovations de services et de technologies répondant aux évolutions des attentes des touristes et l'impact des nouveaux modes d'hébergement ;
- **accessible pour les jeunes et les familles** (court ou long séjour), ainsi qu'aux personnes en situation de handicap, et située à proximité d'une offre de transports.

- Dans le cadre de la démarche métropolitaine, créer un ou deux hôtels gros porteurs (plus de 500 chambres) pour soutenir l'activité de congrès et salons. Ces préconisations seront prises en considération pour le choix des opérateurs, lors des futurs appels d'offres à Paris, et dans les échanges avec les partenaires métropolitains.

**ACTION 51**

DÉVELOPPEMENT DES CAPACITÉS D'HÉBERGEMENT GRÂCE À LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN HÔTELIER MÉTROPOLITAIN

Au niveau métropolitain :

- **mettre en œuvre le plan d'actions de prospection mené par Paris&Co :**

- campagne d' emailing vers les opérateurs / promoteurs / investisseurs du secteur hôtelier avec annonce de la cartographie et d'une conférence au Simi. Campagne d'invitations à la conférence et communication auprès de la presse ;
- actions de prospection internationale après le Simi, en vue notamment du Salon ITB (International Tourism Börse, Berlin du 8 au 12 mars 2017) ;
- poursuite de la mise en relation des opérateurs potentiels avec les partenaires territoriaux ;

- encourager le développement d'hôtels, dans le cadre de l'**appel à projets « Inventons la métropole du Grand Paris »**.

L'ensemble de ces actions permettront d'atteindre **à l'horizon 2024 une capacité de 142 000 chambres à l'échelle métropolitaine, dont 97 000 à moins de 10 km du centre de Paris**, soit bien au-delà des objectifs imposés par le Comité international olympique (42 000 chambres), qui sont d'ailleurs déjà dépassés en 2016.

Améliorer la capacité et la qualité d'accueil des centres internationaux de séjour

Le futur délégataire des CISP va développer une politique commerciale ambitieuse avec un accueil renforcé des groupes scolaires français et étrangers, une offre plus importante en direction des jeunes adultes (18-25 ans), une offre packagée destinée à une

clientèle plus familiale et une offre de séminaires renforcée. Un **programme de travaux de 4,2 M€** doit être réalisé par le futur délégataire (travaux de rénovation et d'embellissement, tant sur les chambres que sur les parties collectives des deux équipements).

Dans le cadre de la **candidature de Paris au JO 2024**, il est prévu de mettre en œuvre des travaux complémentaires à ceux qui seront pris en charge par le futur délégataire pour **améliorer la qualité de l'accueil hôtelier et des services annexes proposés par les CISP Ravel et Kellermann** (par exemple, une modernisation de la signalétique d'accès, l'aménagement de l'espace public et des espaces verts alentours, la création de salles de réunion et de spectacle, la mise en place du haut débit...).

Stimuler l'innovation dans l'hôtellerie avec le Welcome City Lab, grâce à l'incubation de start-up qui apportent des solutions innovantes et/ou collaboratives pour les hôtels, **incubation de projets d'auberges de jeunesse de nouvelle génération, événements / conférences concernant l'innovation dans l'hôtellerie.**

Le développement de solutions innovantes dans l'hôtellerie sera également réalisé, à travers la mise en œuvre de l'Arc de l'innovation (recherche de programmations et de solutions architecturales innovantes avec les porteurs de projet), et le soutien aux salons professionnels innovants dans le secteur comme Equip'hôtel.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2020.

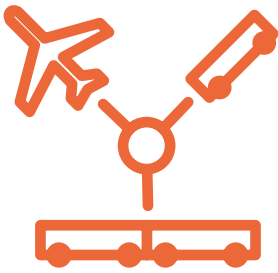
Plan hôtelier :

2016 : consolidation des informations collectées auprès des partenaires métropolitains, afin de produire un document opérationnel (carte, fiches descriptives à destination des investisseurs, outil de suivi des projets hôteliers). Campagne de promotion.

2016-2020 : sur Paris, suivi des projets municipaux en cours, identification et arbitrage de nouvelles emprises, poursuite de l'observation des réalisations et des projets sur terrains privés.

Travaux CISP : à partir du renouvellement de la délégation, en septembre 2016.

« Inventons la métropole du Grand Paris » : lancement fin 2016.



ACTION 52

AMÉLIORATION DE LA CONNECTIVITÉ DE PARIS

L'un des enjeux majeurs pour être en capacité d'accueillir 2 % de touristes supplémentaires chaque année est d'améliorer la connectivité de Paris (aérienne, ferroviaire et routière), afin de renforcer l'accessibilité géographique et du coût de la destination, et de stimuler la demande touristique.

CE QUI EST LANCÉ

La Ville de Paris soutient le développement des **capacités aériennes** de ses aéroports, Paris-Charles-de-Gaulle, Paris-Orly, Paris-Le Bourget et Beauvais.

De plus, la Ville de Paris participe très fortement au financement du Stif (à hauteur de 378 millions d'€ en 2015) pour améliorer le réseau de transport francilien et, en particulier, la **connexion à ses aéroports**.

Elle soutient également SNCF Gare et Connexions dans sa politique de rénovation des gares parisiennes, afin d'être en capacité d'accueillir plus de visiteurs à Paris et dans les meilleures conditions possibles. En effet, la SNCF réalise des travaux

pour maintenir sa capacité d'accueil en gare du Nord, gare de l'Est, gare de Lyon et gare Saint-Lazare. La Ville de Paris intervient en complément de ses travaux par des réaménagements de l'espace public, afin d'améliorer l'insertion urbaine et le fonctionnement des gares (ex. : aménagements d'aires de dépose-minute pour désencombrer les abords de la gare du Nord, agrandissement des espaces dévolus aux piétons).

La Ville de Paris mène des concertations avec les **autocars de tourisme** pour améliorer l'insertion de ce mode de transport dans le tissu urbain et les accompagner dans leur transition énergétique³⁸.

LES ACTIONS À VENIR

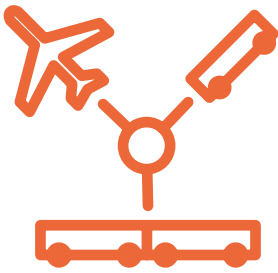
Soutenir le développement des capacités aériennes et améliorer la desserte des aéroports parisiens

- **maintenir la connectivité des aéroports parisiens** est capital pour le développement du tourisme à Paris, en particulier auprès des destinations en pleine croissance comme la **Chine** :
 - grâce à l'ouverture d'une liaison avec Chengdu, Paris est la ville d'Europe la plus reliée avec la Chine en nombre de fréquences hebdomadaires (près de 90) et de compagnies (5). Paris se place en second pour le nombre de destinations (8) contre 9, à partir de Francfort ;
 - mais elle est de plus en plus concurrencée par des pays du Golfe : Dubaï a déjà dépassé Roissy-Charles-de-Gaulle dans le classement des hubs entre l'Europe et la Chine (en vols indirects) ;
 - le développement de lignes directes est la meilleure réponse à la menace concurrentielle des compagnies du Golfe ;
 - grâce à la présence de **la Maire, pour la première fois, au Conseil d'administration d'ADP**, Paris contribue à la réflexion stratégique de l'État et d'ADP concernant l'évolution d'Orly, sa capacité et la juste évaluation des nuisances sonores, afin qu'Orly devienne l'aéroport court et moyen-courrier, dont Paris a besoin ;
 - la Ville de Paris s'engage également à accompagner Roissy et Orly dans **la promotion de nouvelles routes vers Paris** (organisation d'opérations de communication, d'accueil presse et d'accueil VIP) ;

- **améliorer les interconnexions entre Paris et ses aéroports** est également un enjeu majeur pour garantir l'attractivité de la destination. C'est pourquoi la Ville poursuivra son soutien au développement des grands projets tels que le Charles-de-Gaulle Express, le Grand Paris Express, et l'amélioration de lignes existantes (RER B, notamment).

Soutenir le développement des capacités ferroviaires de Paris, grâce à la rénovation des gares parisiennes

- **rénover la gare du Nord est nécessaire, afin de maintenir sa vocation de porte d'entrée internationale majeure** :
 - la gare du Nord, plus grande gare d'Europe avec l'arrivée de lignes TGV, du Thalys, de l'Eurostar et du futur Roissy-Charles-de-Gaulle Express via la gare de l'Est, ne bénéficie pourtant pas de la même qualité d'accueil que Saint-Pancras, récemment rénovée, à laquelle elle est souvent comparée ;

**ACTION 52****AMÉLIORATION DE LA CONNECTIVITÉ DE PARIS**

- c'est pourquoi, dans la perspective de la candidature de Paris aux JO, la SNCF a proposé à la Ville de Paris un **ambitieux plan de restructuration de la gare**, avec l'ouverture de nouveaux espaces et l'amélioration des liaisons avec la gare de l'Est et la gare Magenta. Un effort particulier sera porté sur l'accessibilité des infrastructures aux personnes à mobilité réduite ;
- **plus généralement, la Ville est associée aux réflexions menées sur tous les réaménagements des gares parisiennes** et participe aux comités de gare qui rassemblent l'ensemble des acteurs concernés, afin d'améliorer l'accessibilité des gares et la qualité de l'accueil, tout en préservant les riverains.

Engager à l'échelle métropolitaine une réflexion sur l'accueil des nouvelles lignes d'autocars

- si les arrivées par autocars restent aujourd'hui marginales, la loi Macron, en libéralisant le marché des lignes régulières de desserte, offre de nouveaux relais de croissance à ce mode de transport ;
- il apparaît donc nécessaire d'élaborer un **schéma d'accueil des autocars** à l'échelle métropolitaine pour prendre en compte les enjeux urbains, sociaux et environnementaux liés à la croissance des arrivées par autocars.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE**Objectif de réalisation 2022.**

- **septembre-octobre 2016** : réouverture des négociations des droits de trafic avec la Chine.
- **2016-2017** : poursuite des travaux déjà engagés en gare du Nord et réalisation des schémas de principe pour sa restructuration et la liaison entre les gares du Nord, de l'Est et Magenta, réalisation d'un schéma d'accueil métropolitain pour les autocars de tourisme.
- **À partir de 2022** : restructuration de la gare du Nord et de ses liaisons, création de la ligne Roissy-Charles-de-Gaulle Express et du couloir de raccordement.



ACTION 53

ACCOMPAGNEMENT DE LA MODERNISATION DE L'OTCP

CE QUI EST LANCÉ

Le Conseil d'administration de l'OTCP a adopté en mai 2015 les orientations stratégiques de l'Office pour la période 2015-2017. Elles fixent les 6 objectifs majeurs de l'OTCP :

- contribuer à faire de Paris la ville la plus accueillante ;
- redévelopper le tourisme des Européens à Paris ;
- accompagner et soutenir la croissance des nouveaux marchés ;
- conforter la place de leader de Paris pour les congrès et les grands événements professionnels ;
- améliorer et développer nos outils d'observation ;
- développer les ressources propres de l'Office.

C'est sur la base de ces objectifs qu'ont été établis la convention régissant les relations entre la Ville et l'Office pour 2016, ainsi que le plan d'actions et le budget 2016 de l'OTCP.

En juin 2016, un avenant à la convention a été signé, traduisant le soutien financier apporté par la Ville au plan de relance touristique déployé par l'Office, en vue de favoriser la reprise des activités touristiques dans la capitale, fortement impactées par les attentats de novembre 2015 à Paris et de mars 2016 à Bruxelles.

LES ACTIONS À VENIR

L'Office prévoit de poursuivre les projets engagés pour la mise en œuvre de ses orientations stratégiques 2015-2017.

La Mairie de Paris souhaite proposer au Conseil d'administration de l'OTCP de contribuer à la mise en œuvre du schéma de développement touristique, en particulier pour ce qui concerne :

La promotion sur le marché de tourisme de loisirs à destination notamment des marchés européens

- l'OTCP contribuera à **renforcer les secteurs émergents** de l'offre touristique parisienne et à soutenir le **développement de nouvelles offres touristiques** (axe 1 du schéma), qui répondent en particulier aux aspirations des visiteurs de loisirs européens, grâce à ses outils d'information et de promotion ;
- il contribuera également à la **promotion de nouveaux territoires touristiques** dans Paris et le Grand Paris (fiche-action 23), à travers ses outils numériques, ses accueils de presse, ses éductours et la démarche partenariale menée dans le cadre du Contrat de destination « Paris, ville augmentée ».

La modernisation des points et dispositifs d'accueil touristiques

- l'OTCP poursuivra la mise en œuvre de son programme de **modernisation de ses points d'accueil existants** et contribuera à faire des kiosques des relais actifs de l'information touristique (fiche-action 26) ;
- il contribuera à faire de Paris une « ville sans couture », en poursuivant la **numérisation du Paris Passlib'** et en accompagnant les grands acteurs touristiques dans leurs stratégies de **réduction des files d'attente et de dématérialisation des billetteries** (fiches-actions 24 et 25).

La modernisation de ses outils d'information et de promotion numériques (SI, sites web...)

- l'OTCP poursuivra la **modernisation de son site Parisinfo.com** (élargissement à de nouvelles langues, développement des contenus événementiels, meilleure prise en compte du profil des visiteurs) (fiche-action 32) ;
- il mettra en place un **meilleur système de gestion de la relation client** (CRM de destination), en partenariat avec les grands acteurs du tourisme parisien (fiche-action 32) ;
- Il contribuera avec la Ville à la mise en place d'un **accueil téléphonique ou numérique** pour les visiteurs (ex. : chat communautaire) (fiche-action 35).

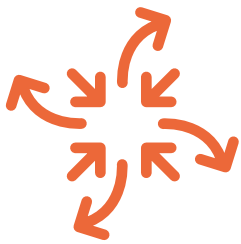
L'animation du réseau de professionnels du tourisme parisien

- l'OTCP développera ses services auprès des adhérents (formation, veille concurrentielle, mise en réseau...) et poursuivra ses accompagnements spécifiques : auprès des acteurs du tourisme d'affaires (fiche-action 10), auprès des acteurs s'engageant dans des démarches de développement durable (fiches-actions 43, 44 et 49) et de mise en accessibilité des sites touristiques (fiche-action 29) ;
- l'OTCP poursuivra l'identification et la production des principaux indicateurs de performance à suivre périodiquement.

Ces actions et projets devront évidemment **tenir compte du rapprochement et des mutualisations à venir avec le CRT Île-de-France**.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.

**ACTION 54**

MUTUALISATION DES MOYENS PUBLICS POUR ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ DE LA PROMOTION TOURISTIQUE

CE QUI EST LANCÉ

Dans un contexte de concurrence internationale accrue et de contraction des moyens publics, la Ville de Paris a entamé une réflexion sur les rapprochements possibles de l'OTCP avec d'autres organismes pouvant contribuer à renforcer la promotion et l'attractivité de Paris.

Ce rapprochement permettra :

- **de gagner en efficacité en mutualisant les moyens publics** affectés à la promotion de Paris, à l'accueil des visiteurs et/ou des entreprises (accueil physique, outils d'information online et publications, observation et études, promotion, services aux professionnels) ;

- de permettre une meilleure affectation des dépenses pour **une plus grande ambition en matière de promotion et de marketing territorial** et de bénéficier ainsi de moyens cumulés pour accroître les capacités d'action et le poids de la destination dans le paysage concurrentiel international ;
- **d'améliorer la cohérence et la visibilité** des actions au profit des professionnels du tourisme ;
- d'opérer la nécessaire **transition des modèles d'accueil et de promotion** vers une approche plus digitale et plus directement tournée vers les visiteurs potentiels.

LES ACTIONS À VENIR

Un rapprochement entre l'OTCP et le CRT

La Ville de Paris proposera à la région Île-de-France un rapprochement de l'OTCP et du CRT. Cette démarche répond en outre aux recommandations effectuées par la Chambre régionale des comptes (CRC) dans ses deux récents rapports sur l'OTCP et le CRT.

Pour rapprocher ces deux organismes, il conviendra de mutualiser certaines fonctions, en créant un regroupement institutionnel sous la forme d'un groupement d'intérêt économique (GIE) ou d'un groupement d'intérêt public (GIP), avec une gouvernance partagée entre les deux organismes. Cette structure de moyens et de services partagés serait une « boîte à outils » à la disposition des deux organes touristiques restés dans un premier temps indépendants.

Concrètement, ce groupement d'intérêt pourrait progressivement gérer des fonctions mutualisées et contractualisées, sous la forme d'une convention, telles que :

- une plateforme de services communs pour assurer toutes les fonctions supports : RH, observation, comptabilité, contrôle de gestion, système d'information ;
- la gestion des 5 points d'accueil physique de l'OTCP et des 10 points d'accueil du CRT ;
- les fonctions de promotion et de marketing international (sites web, publicité, relations presse internationales, médias sociaux).

À plus long terme, une évolution vers une forme institutionnelle plus intégrée pourrait être envisagée.

Un renforcement de la coopération avec Atout France

Il est proposé de continuer à harmoniser la politique touristique de Paris et à renforcer ses outils et ses moyens en intensifiant les coopérations entre l'OTCP et Atout France, l'agence de promotion touristique de la France.

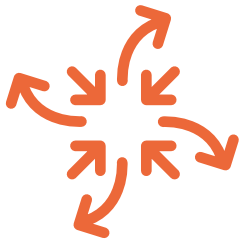
De manière concrète, il devra être envisagé de :

- partager une stratégie cohérente sur la promotion de la destination Paris ;
- mutualiser les moyens sur les opérations de communication... ;
- créer un outil commun en matière d'observation.

Une collaboration à engager avec Paris & Co

Il est enfin souhaité que l'OTCP et Paris&Co, l'agence chargée de la promotion économique de Paris, puissent amorcer un rapprochement permettant le partage d'expériences, la mise en œuvre de coopérations sur le champ de l'attractivité de Paris et la mise en cohérence des actions et des moyens des deux organismes. Sous une forme et un modèle à définir, il s'agira ainsi de s'inspirer de l'expérience londonienne avec la constitution de « London & Partners ». Cette agence de promotion est issue du rapprochement de « Visit London », « Think London » et « Study London » auparavant respectivement en charge du tourisme, des investissements étrangers et de l'accueil des étudiants internationaux. C'est également le modèle suivi par Lyon avec la constitution d'« Only Lyon » et d'Amsterdam avec la création d'« Amsterdam Marketing ».

Des synergies pourraient ainsi être recherchées entre l'OTCP et Paris & Co pour mutualiser les outils d'observation, de promotion de Paris, d'accueil d'influenceurs et de professionnels étrangers à Paris, ou encore pour l'organisation d'événements d'entreprises.

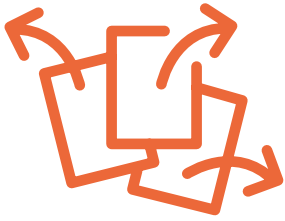
**ACTION 54****MUTUALISATION DES MOYENS PUBLICS
POUR ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ DE
LA PROMOTION TOURISTIQUE****CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE**

Objectif de réalisation 2018.

Fin 2016 : engager la discussion avec la région sur la base du scénario de rapprochement OTCP/CRT proposé par la Ville.

Fin 2016 : engager le plan de relance conjoncturel de la destination Paris entre OTCP/CRT/AF pouvant servir de modèle partenarial à systématiser.

2017 : favoriser la contractualisation entre l'OTCP et les différents partenaires institutionnels d'un modèle de coopération et de mutualisation.



ACTION 55

RENFORCEMENT DE NOS OUTILS DE PROMOTION DE PARIS

CE QUI EST LANCÉ

À la différence de Lyon, Berlin ou Amsterdam, qui ont créé des marques territoriales (« Only Lyon », « Be Berlin », et « I Amsterdam ») pour assurer la promotion de leur destination, **il n'existe pas à ce jour de marque unifiée pour faire la promotion de Paris**. Au contraire, une multiplicité de marques territoriales coexistent, qu'elles soient institutionnelles ou privées. C'est pourquoi la Ville de Paris a lancé une mission d'audit sur sa stratégie de marque, début 2016, avec l'aide d'un cabinet spécialisé.

La Ville de Paris donne accès aux contenus de la photothèque et de la vidéothèque de la direction de la communication pour les acteurs qui en font la demande. L'OTCP, pour sa part, propose une photothèque en ligne d'images libres de droit. **Cependant, il n'existe pas à ce jour de base intégrée de photos et de vidéos partagées permettant de faire la promotion de Paris, alimentée par les principaux acteurs institutionnels.**

LES ACTIONS À VENIR

Paris souhaite renforcer ses outils de promotion de la destination, à travers une stratégie de marque territoriale unifiée et la constitution de bases de photos et de vidéos partagées pour promouvoir Paris à l'international.

Définir une marque territoriale pour la destination Paris

Selon les résultats de l'audit lancé début 2016, lancement d'une mission pour définir le positionnement marketing de la destination touristique de Paris.

Créer des bases de photos et de vidéos libres de droit pour faire la promotion de la destination

La Ville de Paris et l'OTCP souhaitent mutualiser leurs fonds photos et vidéos, et les mettre en ligne sur une plateforme open data pour un accès ouvert, et libre de droits, aux acteurs du tourisme.

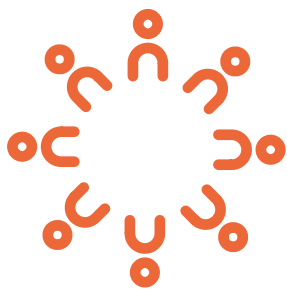
L'idée autour de ces médias est de créer une nouvelle expérience autour de la vidéo et de la photo, et de la lier aux réseaux sociaux.

Plusieurs pistes sont à envisager avec, notamment, celle de permettre à chacun d'extraire dans la base Ville des données quasiment personnalisées, sur ses envies, ses lieux préférés, bref SON Paris, et de constituer une galerie ou une vidéo qui lui ressemble, différente de celle de n'importe quel autre Parisien.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2019.

2017 : création d'une base de photos et de vidéos partagée.

**ACTION 56**

FÉDÉRATION DE L'ÉCOSYSTÈME DU TOURISME PARISIEN À TRAVERS LE COMITÉ DE LA DESTINATION PARIS

CE QUI EST LANCÉ

Le Comité de la destination Paris a été constitué au printemps 2015 pour contribuer aux travaux d'élaboration du schéma de développement touristique de Paris. Instance de co-construction et de gouvernance représentative de la communauté touristique, il est composé de **400 acteurs des milieux institutionnels, privés et associatifs** du tourisme de Paris et du Grand Paris. Afin de suivre les travaux du schéma, il a été consulté à 3 reprises (juin et décembre 2015, et printemps 2016) et **200 membres ont participé à 7 groupes de travail thématiques**, réunis 2 fois à l'automne 2015, pour valider les éléments du diagnostic, élaborer la stratégie et proposer des pistes d'action.

Le succès de ces rencontres et l'intérêt manifesté par les participants démontrent la raison d'être de cette instance et la nécessité de la pérenniser. En effet, nombreux sont les acteurs souhaitant se mobiliser à nouveau et poursuivre le travail collaboratif dans le temps.

LES ACTIONS À VENIR

Le Comité de la destination se réunira régulièrement, afin d'assurer une animation de la communauté des acteurs du tourisme du territoire parisien, de favoriser de nouvelles collaborations et d'assurer une mise en œuvre des actions du schéma de manière partagée

- **des groupements d'intérêt seront constitués pour la mise en œuvre des fiches-actions partenariales**, telles que :
 - la structuration et la promotion des nouvelles offres touristiques parisiennes (axes 1.2 et 1.3) ;
 - la création de « saisons parisiennes » (fiche-action 21) ;
 - la gestion des files d'attente et de l'affluence (fiche-action 24) ;
 - la dématérialisation des billetteries (fiche-action 25) ;
 - l'accueil multilingue (fiche-action 28) ;
 - la mise en place d'un CRM de destination (fiche-action 32) ;

- le **Comité se réunira en plénière une fois par an** pour faire le suivi de la mise en œuvre du Schéma de développement touristique ;
- une **plateforme collaborative et une newsletter** seront créées pour informer régulièrement le Comité sur la mise en œuvre du Schéma ;
- le Comité pourra également constituer une base de consultation sur un sujet (enquête, sondage...) ou pour une expérimentation, par exemple.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.



ACTION 57

SOUTIEN À L'EMPLOI
ET À LA FORMATION

CE QUI EST LANCÉ

La Ville s'est dotée d'un **plan parisien de l'insertion par l'emploi (PPIE) – 2016-2020** pour mettre en synergie les actions d'insertion sociale et d'accès à l'emploi, et mieux répondre aux besoins de recrutement des entreprises parisiennes.

Il prend en compte la démarche **Initiative emploi** (les 10 engagements de la Ville en faveur du développement économique et du soutien à l'emploi), lancée fin 2014, pour rapprocher l'offre et la demande d'emploi, matérialisée par la création d'un Service initiative emploi qui :

- déploie des **points Paris emploi** pour offrir un premier accueil et une orientation aux chercheurs d'emploi ;
- **prospecte et accompagne TPE, PME, grands groupes et associations** dans les secteurs qui recrutent ;
- développe des actions spécifiques en direction des **publics prioritaires du PPIE** : jeunes, seniors, quartiers politiques de la Ville, allocataires du RSA et publics fragiles ;
- **développe une offre de service renouvelée pour rapprocher l'offre et la demande** de travail (job-dating, forums, informations-métiers ou actions de formation préalables à l'embauche) ;
- **anime la communauté des opérateurs spécialisés de l'emploi** (Mission locale, Pôle emploi, Cap emploi, plan local pour l'insertion et l'emploi – PLIE –, associations locales, services sociaux départementaux...).

Ces actions s'appliquent au secteur touristique, qui contribue à hauteur de 18,5 % à l'emploi parisien, en particulier dans l'hôtellerie, la restauration, le commerce et l'artisanat.

Des actions spécifiques au secteur ont déjà été engagées :

- **« meet-up » pour identifier les freins à l'embauche** (connaissance des métiers, connaissance des langues, conditions peu attractives des métiers, faibles perspectives d'évolution, carence d'employés qualifiés dans la restauration...)
- **sessions de recrutement** à partir des besoins des entreprises, dans les points Paris emploi, avec la mobilisation des personnes ayant bénéficié des parcours-formation du plan Paris formation pour l'emploi (allocataires du RSA, chômeurs de longue durée et personnes d'un niveau de qualification inférieur ou égal à bac+3) dans l'hôtellerie-restauration, le nettoyage, la sécurité, l'anglais de l'accueil, et des cours municipaux d'adultes (CMA) ;
- **forum des métiers qui recrutent**, en grande partie consacré aux métiers de l'hôtellerie, avec des sessions de recrutement et de job-dating ;

- **soutien à « Cuisine mode d'emploi »**, formation proposée par Thierry Marx, qui permet aux jeunes en difficulté, au bout d'une formation courte et en alternance, d'être immédiatement employables ;

- **rallye-emploi** dans le 10^e arrondissement : mobilisation de jeunes intéressés par les offres d'emploi proposées dans l'arrondissement par les commerces et les artisans de proximité.

S'y ajoute le **plan emploi lié à l'Euro 2016**, qui a permis de nouer de nouveaux partenariats avec un organisme paritaire collecteur agréé – OPCA – (Opcalia) pour développer des formations en sécurité, avec une entreprise pilote (Lagardère active), pour mobiliser tous ses prestataires sur la fan zone, et avec une collaboration métropolitaine avec Plaine Commune pour des actions de recrutement en commun. La réalisation des actions de formation (110 parcours de formation), puis du recrutement (1 000 postes environ) s'est faite en lien avec la Direccte et Pôle emploi. Un dispositif similaire sera répliqué en cas de réussite de la candidature de Paris aux JO 2024.

À côté des formations initiales proposées par les écoles et les instituts du tourisme, **la Ville de Paris, les syndicats socio-professionnels et les partenaires institutionnels mettent en place des actions de formation pour professionnaliser les acteurs du tourisme tout au long de leur carrière.** Par exemple :

- les formations proposées par le Fond national d'assurance formation de l'industrie hôtelière (Fafih), OPCA du tourisme, de l'hôtellerie, de la restauration et des activités de loisirs ;
- le programme de formations du CRT Paris IDF, sous forme de modules de formation classiques, de matinées gratuites de formation ou de e-learning, couvrant l'ensemble du parcours visiteur ;
- le programme High Hospitality Academy de CCI France, ciblant notamment la qualité de service (plus de 6 400 professionnels sensibilisés au programme dans 13 régions en 2015) ;
- l'outil « Do you speak touriste » de la CCIP-IDF avec le CRT Paris IDF, outil de sensibilisation permettant d'appréhender les différences culturelles ;
- les actions d'accompagnement de l'OTCP auprès de ses adhérents, en matière d'accessibilité, de développement durable ou de connaissance des marchés cibles ;
- le MOOC « Accueil France d'Atout France » ;
- le MOOC « Découvrez Paris » de la Ville de Paris, destiné à la formation de ses 400 volontaires pour l'Euro 2016 sur les clientèles internationales et les sites touristiques parisiens.



ACTION 57

SOUTIEN À L'EMPLOI
ET À LA FORMATION

LES ACTIONS À VENIR

Soutenir l'emploi dans le secteur du tourisme

- formalisation par la Ville d'un **plan sectoriel « Emploi dans le tourisme »**, assorti d'un plan de communication auprès des acteurs du secteur (intégrant notamment les actions citées ci-dessus, à reproduire en cas de succès) ;
- organisation d'un **hackathon** dédié à l'emploi, qui traitera notamment des problématiques liées à l'emploi dans le tourisme ;
- créer une **plateforme de mise en relation** des employeurs et des demandeurs d'emploi dans le tourisme, en partenariat avec des start-up, le cas échéant ;
- aider les personnes en situation de **handicap** à trouver un emploi dans le tourisme :
 - organiser un Handicafé spécial tourisme : forum de recrutement (informel, mise en relation de recruteurs et de candidats présélectionnés) ;
 - mettre en place des partenariats avec la Fédéeh (Fédération étudiante pour une dynamique études et emploi avec un handicap), qui organise des rencontres avec des recruteurs du monde du tourisme ;
- appuyer le **groupement d'employeurs** porté par le Synhorcat, qui poursuit l'ambition d'employer à terme 1 000 personnes et 300 à 500 apprentis, afin de permettre au secteur de l'hôtellerie-restauration de mutualiser certaines fonctions (marketing numérique ou travaux d'entretien des locaux) et de diminuer le recours aux extras (communication et aide au recrutement).

Développer la formation dans le secteur touristique

- rassembler l'ensemble de l'offre de formation de la Ville et des partenaires sur un **support unique pour une meilleure visibilité** auprès des professionnels ;
- créer une **offre de formations linguistiques** et de **formations aux métiers du tourisme**, dans le cadre du plan Paris formation pour l'emploi et avec les partenaires (syndicats socio-professionnels, OPCA, CCI Paris Île-de-France...) ;
- favoriser **l'apprentissage et la pratique de la langue des signes française** (y compris l'équipement des lieux et touristes) ;
- **relayer** auprès des professionnels les formations proposées par le CRT Paris Île-de-France dans de nombreux domaines, y compris la qualité de service ou l'accueil pour tous ;
- capitaliser sur le **MOOC Ville**, créé à l'occasion de l'Euro, dans une perspective d'ouverture aux acteurs économiques, voire à la population, et pérenniser la **campagne « Welcome to Paris »**, initiée à l'occasion de l'Euro 2016 ;
- avec les **partenaires** :
 - faire la promotion des métiers du tourisme, notamment auprès des volontaires en service civique ;
 - étudier la pérennisation de la mobilisation des artisans et des commerçants, à l'occasion de l'Euro 2016 (CCI, chambre des métiers, Semaest, OTCP, Ville, Synhorcat, Umih et Boulangers du Grand Paris, marchés parisiens) pour préparer les prochains événements et garantir une qualité d'accueil constante ;
 - former, avec le concours de l'OTCP, des professionnels volontaires, afin de constituer un réseau relais pour mailler le territoire parisien.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.

2016 : rallye-emploi 10^e arrondissement et retour d'expériences sur les opérations expérimentales.

À partir de 2017 : formalisation d'un plan sectoriel tourisme, actions en faveur de la formation et de l'emploi pour les personnes en situation de handicap.



ACTION 58

STIMULATION DE L'INNOVATION
DANS LE TOURISME

CE QUI EST LANCÉ

L'innovation est une marque de fabrique de la Ville de Paris, qu'il s'agisse d'innovation technologique, d'usage, de service ou de produit, organisationnelle ou sociale

- la Ville de Paris a été à l'initiative de la création du premier incubateur au monde sur le tourisme, le **Welcome City Lab** : en 3 ans, il a incubé 70 start-up qui ont créé plus de 400 emplois et ont levé 25 millions d'€. Il compte au sein de son comité de pilotage les plus grandes entreprises du secteur du tourisme et facilite les collaborations entre start-up et industriels ;
- plus globalement, Paris, s'appuyant sur l'agence d'innovation, et de développement économique parisienne Paris&Co, mène une **stratégie active d'encouragement à l'innovation**, grâce à des soutiens financiers proposés aux start-up en amorçage et au développement de plateformes d'innovation thématiques, dont les différents sujets nourrissent l'amélioration de la démarche touristique : Smart Food Paris sur le fooding et l'alimentation de demain, Nec Mergitur sur les questions de sécurité et de prévention, Le Tremplin pour le sport et les grands événements... ;
- une **politique d'expérimentation et de mise à disposition de l'espace urbain** pour des démonstrateurs est également déployée (par exemple, durant l'Euro 2016 : expérimentation d'applications touristiques innovantes, de bornes phygiales, d'un MOOC et de parcours de signalétiques artistiques) ;

- dans le cadre de sa **politique globale d'innovation ouverte**, menée depuis 2008, la Ville de Paris contribue également au mouvement open data par la mise à disposition gratuite et régulière de jeux de données électroniques publiques, issues de la municipalité, via une plateforme dédiée <http://opendata.paris.fr>, créée en 2011. Une clause d'open data a été ajoutée dans les marchés publics de la Ville. Un travail global d'analyse data a été enclenché ;
- enfin, à travers le projet de « **l'Arc de l'innovation** », la Ville encourage le développement économique, la création d'emplois et la transformation urbaine, au sein des quartiers populaires à l'échelle métropolitaine sur tout le périmètre couvrant le nord, l'est et le sud de Paris, de la porte Pouchet à la porte de Vanves. Ce projet permet en particulier de développer des activités et des infrastructures touristiques au sein de ces territoires.

LES ACTIONS À VENIR

Poursuivre le soutien au Welcome City Lab et aux start-up parisiennes du tourisme

- renforcer la **mise en avant des start-up du tourisme par l'OTCP** dans l'ensemble de son plan d'actions, notamment dans sa promotion internationale de Paris ;
- organiser une **conférence internationale sur le tourisme et l'innovation** ;
- **exporter le modèle du Welcome City Lab** à l'étranger et créer une association internationale des incubateurs dédiés au tourisme, afin de conforter Paris dans sa position de leader ;
- **créer des passerelles entre incubateurs**, par l'organisation, notamment, d'événements communs ;
- créer des **programmes de pré- ou co-incubation**, à l'image du programme « les Sprinteuses », associant Paris Pionnières et Le Tremplin, afin de permettre à des start-up dont la thématique principale n'est pas le tourisme, mais dont l'activité comporte des dimensions touristiques, de développer une expertise en la matière et également d'offrir une cohérence entre les incubateurs parisiens dans ce domaine ;
- réaliser une **étude sur le devenir « post-incubation »** des start-up tourisme, soutenues via différents incubateurs ou pépinières à Paris, afin de disposer de données agrégées sur leur parcours (taux de pérennisation après 3 ans, développement, taux de départ à l'étranger...) et sur l'impact (disruptif notamment) de ces entreprises sur l'écosystème parisien du tourisme ;
- intégrer davantage le **monde de la recherche**, en faisant travailler les chercheurs de différents horizons autour de thématiques communes ;
- contribuer à faire inscrire **l'innovation non technologique** dans les critères des financements des PME.

**ACTION 58****STIMULATION DE L'INNOVATION
DANS LE TOURISME****Approfondir la politique data de la Ville**

Étendre le champ des données libérées, afin d'étendre la capacité d'innovation du secteur et d'organiser un **hackathon sur le tourisme** pour stimuler l'innovation : le prix de certains biens ou services, des informations relatives aux transports, à la fréquentation touristique ou à l'offre touristique (ex. : données sur le patrimoine parisien) pourront permettre à des entrepreneurs de développer de nouveaux parcours touristiques ou des applications améliorant l'expérience touristique à Paris.

Créer de nouveaux espaces dédiés au tourisme au sein de l'Arc de l'innovation

L'innovation dans le tourisme sera stimulée dans le cadre de l'Arc de l'innovation, à travers :

- **l'hôtellerie innovante** : travailler avec les porteurs de projet pour développer l'innovation dans la conception programmatique des hôtels (mixité des fonctions et ouverture de ces fonctions sur le quartier : restaurant, lieu culturel...) et l'innovation dans la conception architecturale des hôtels (ex. : hôtel écologique et économique Solar Hôtel dans le 14^e) ;
- **des lieux de découverte innovants** : accompagner les porteurs de projet innovants pour faciliter leur implantation sur le territoire de l'Arc de l'innovation ;
- **l'ancrage local des projets hôteliers** : le lien entre implantation d'un hôtel et le recrutement local du personnel, en mettant en place les actions de formation nécessaires.

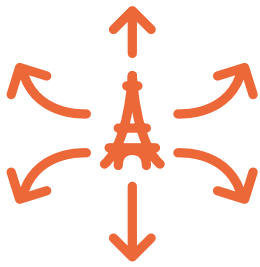
Développer les expérimentations dans le tourisme

- faciliter l'expérimentation de solutions touristiques innovantes sur **l'espace public**, encourager la **commande publique** (small business act) et promouvoir les expérimentations innovantes par des appels à projets ;
- organiser des **événements emblématiques** sur les innovations comme le festival de drones organisé sur les Champs-Élysées le 4 septembre 2016 et des **expérimentations à forte visibilité** comme les véhicules autonomes collectifs ;
- élaborer un **programme pluriannuel d'expérimentations** liées au tourisme, afin de bénéficier d'une visibilité à moyen et long termes (1 à 2 par an) ;
- valoriser **les bonnes pratiques** et récompenser **les meilleures initiatives**.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE**Objectif de réalisation 2019.**

À partir de 2016 : organisation de « meet-up » et d'expérimentations dans le tourisme.

2017-2019 : politique d'open data, organisation de hackathon et création de nouveaux espaces dédiés au tourisme au sein de l'Arc de l'innovation.

**ACTION 59**

LE TOURISME, UN LEVIER D'ATTRACTIVITÉ ET D'INFLUENCE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE INTERNATIONALE DE LA VILLE

CE QUI EST LANCÉ

Le renforcement de l'attractivité de Paris grâce à l'apport du tourisme, qu'il soit d'affaires ou de loisirs, constitue l'un des éléments de la stratégie internationale

présentée par la Maire de Paris au Conseil de Paris de mai 2015. Paris souhaite résolument proposer un tourisme durable et de qualité.

La Mairie de Paris s'est donné pour objectif de contribuer à la mise en valeur de Paris, ville ouverte et accueillante pour les touristes d'affaires et de loisirs. Elle s'attachera notamment à renforcer sa communication auprès de ses villes et réseaux partenaires, tout en cherchant à inclure un volet « tourisme » dans

ses coopérations, si cela est techniquement possible : l'échange de bonnes pratiques dans le domaine du tourisme avec les villes amies est fondamental.

De plus, Paris accueillera de grands événements internationaux dans les années à venir (salons et foires internationales, Hand Ball 2017, Gay Games 2018...) et souhaite résolument accueillir les Jeux olympiques 2024. Paris se doit donc de faire de son dynamisme en matière de tourisme un atout majeur pour passer de ville candidate à ville hôte. Accueillir de tels événements offre de fortes retombées pour les Parisiens et l'ensemble des acteurs économiques.

LES ACTIONS À VENIR

La Ville agira sur différents axes pour promouvoir le tourisme à l'international

- enclencher une « **démarche diplomatique adaptée** » pour relayer des messages précis vers une destination donnée. Ex. : courriers aux ambassadeurs après les attentats de novembre 2015, promotion d'événements parisiens au sein des réseaux de villes et durant les conférences internationales organisées à Paris ;
- s'appuyer davantage sur des acteurs clés du domaine (l'OTCP, Atout France, Paris&Co...) pour **optimiser la communication internationale sur les sujets en lien avec le tourisme**. Création d'un espace numérique partagé entre ces acteurs, en complément de réunions physiques ;
- intégrer, si possible, un **volet « tourisme » aux déplacements des élus parisiens** (interventions, rendez-vous stratégiques...);

- développer le volet « tourisme » dans les **coopérations décentralisées** quand cela est possible (Mexico, Montréal, Tokyo, New York...) et intégrer un volet « tourisme » aux **tandems culturels** ;
- **mobiliser les réseaux de Ville et les réseaux en lien avec la francophonie** (Association internationale des maires francophones...) pour développer le tourisme ;
- organiser des **conférences internationales** pour contribuer au renforcement de l'image et du rayonnement de Paris dans le monde : Paris va ainsi accueillir en novembre 2016 le sommet mondial Cities For Life sur les villes inclusives et le Night Mayors.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2017.