



Euro 2016 : Paris dresse un bilan très positif et se réjouit de « retombées sur le long terme »

Jean-François Martins, adjoint à la Maire de Paris, a présenté mardi midi le premier bilan de l'UEFA EURO 2016 dans la capitale. Il salue « un challenge parfaitement relevé », tant sur le plan sportif que festif, qui va conduire à « des retombées touristiques sur le long terme ».

Paris a vécu pendant un mois au rythme de l'UEFA EURO 2016. Cette compétition sportive exceptionnelle – la troisième la plus suivie au monde – constituait pour la capitale un véritable défi, après une année 2015 marquée par de violents attentats. A quelques jours de la compétition, tous les regards étaient encore tournés vers la crue de la Seine la plus importante depuis trente ans, puis vers le conflit social contre la loi Travail, se traduisant notamment par le blocage de sites de traitement des déchets.

Surmontant ce contexte particulièrement complexe, « Paris a parfaitement relevé le challenge », a estimé mardi Jean-François Martins, adjoint à la Maire en charge des sports et du tourisme. « Les Parisiens ont fait preuve d'un esprit de résilience très fort. Nous avons non seulement démontré notre capacité à accueillir ce formidable événement, mais aussi à le rendre festif et populaire, sans incident grave », a-t-il souligné lors d'un premier bilan devant la presse.

Fréquentation record à la Fan Zone Tour Eiffel

Au cœur du dispositif de la Ville de Paris : la Fan Zone Tour Eiffel. « Elle a accueilli 1.216.000 visiteurs cumulés sur l'ensemble de la compétition, dont 70% de Français et 30% de ressortissants étrangers. Cela dépasse nos prévisions les plus optimistes. C'est plus que le nombre total de spectateurs venus au Stade de France et au Parc des Princes pour assister aux matches », a salué l'édile.

L'expérience Fan Zone s'est par ailleurs révélée très positive : une enquête auprès du public démontre un taux de satisfaction de 92%, sans écart notable entre les tranches d'âges ou les nationalités. Les dispositifs de filtrage et de palpations se sont avérés efficaces, tout comme la prévention des risques liés à la consommation d'alcool : aucune interpellation n'a été nécessaire à l'intérieur du périmètre, aucun blessé grave n'a été constaté et même aucun coma éthylique.

Aux abords immédiats de la Fan Zone, le bilan est lui aussi favorable : pas de commerce dégradé, ni de trouble majeur à l'ordre public, à l'exception de casseurs présents sous la Tour Eiffel le soir de la finale qui ont été rapidement repoussés et maîtrisés par les forces de l'ordre.

« Ces chiffres sont exceptionnels au regard du nombre de personnes accueillies et des risques inhérents à toute manifestation internationale majeure qui amène des publics très différents à se rencontrer », pointe Jean-François Martins, qui a longuement rendu hommage au travail des forces de l'ordre et des services de secours, ou encore aux services de la propreté.

400.000 bénéficiaires du programme d'accompagnement

Le programme d'accompagnement mis en place par la Ville de Paris s'est traduit par l'organisation de 84 événements dans les différents arrondissements, dont 14 installations artistiques. Ce sont plus de 400.000 personnes qui en ont bénéficié, dont 100.000 pour la seule Place de l'Europe – qui réunissait 22 pays sur le parvis de l'Hôtel de Ville – ou encore 60.000 pour les 10 étapes du Paris Sport Parc. 2.000 jeunes des quartiers populaires de Paris ont aussi été conviés à assister à un match au Parc des Princes.

Cela a été rendu possible grâce à 450 Parisiens bénévoles, qui sont venus renforcer les équipes de la Ville. « Ils constituent une partie de l'héritage de l'UEFA EURO 2016. En participant pendant un mois au bon déroulement de l'événement, ils ont pris goût à l'engagement citoyen. Leur investissement dans la ville locale rayonnera durablement auprès de leur entourage et constitue une fondation solide pour l'accueil de prochains grands événements », estime Jean-François Martins.

Paris a par ailleurs su limiter drastiquement l'impact environnemental de la compétition. « Nous sommes le premier organisateur d'événement en France à recevoir la certification ISO 20121, la plus exigeante au monde en matière de protection de l'environnement », se réjouit l'adjoint à la Maire. Plus de 160 actions ont été conduites pour y parvenir : de l'écoconception des structures modulaires, au tri et au recyclage des 132 tonnes de déchets ramassés dans la Fan Zone.

Des retombées touristiques sur le long terme

Pour la première fois, Paris a par ailleurs retrouvé un niveau de fréquentation touristique comparable à celui qu'il était avant les attentats de novembre dernier. « Le nombre de visiteurs en juin 2016 devrait même être supérieur d'1 à 2% à celui de juin 2015 », a estimé Jean-François Martins. La hausse la plus forte est évidemment chez les visiteurs européens : « C'est une très bonne nouvelle, car il s'agit de marchés proches, pour certains peu habitués de Paris mais en capacité de s'y rendre rapidement avec un trajet à faible coût, et donc un potentiel fort de revisite », précise l' élu.

La Ville de Paris s'attend aussi à des retombées sur le long terme. « Nous avons envoyé une formidable image de notre ville dans le monde entier. La Fan Zone Tour Eiffel a accueilli à elle seule plus de 3.100 journalistes qui y ont tourné près de 6.000 reportages, diffusés auprès de

100 millions de téléspectateurs dans plus de 100 pays différents », se réjouit Jean-François Martins.

Le dispositif d'éclairage de la Tour Eiffel mis en place avec Orange a été relayé par l'essentiel des chaînes de télévision et a mobilisé sur Internet plus de 9M de supporters. Les publications de la Ville de Paris sur les réseaux sociaux ont quant à elles totalisé 17M d'impressions, dont 1,5M pour la seule vidéo virale qui mettait en scène une jeune fille partageant sa Tour Eiffel avec les visiteurs étrangers.

Cet engouement pour la destination Paris est d'ores et déjà quantifiable, en analysant les statistiques des recherches sur Google. L'utilisation du mot clé « visiter Paris », comptabilisé en différentes langues, enregistre une hausse de 6% au mois de juin, atteignant son plus haut niveau depuis près de deux ans. « Cet indicateur démontre que l'UEFA EURO 2016 aura un effet positif sur les fréquentations hôtelières tout au long de l'année 2016 et même au-delà », conclut Jean-François Martins.

Contact presse : Barbara Atlan / [.presse@paris.fr](mailto:presse@paris.fr) / 01.42.76.49.61