

Depuis Tokyo, Anne Hidalgo salue le retour des touristes japonais à Paris

En déplacement à Tokyo, Anne Hidalgo a rencontré hier des professionnels du tourisme pour échanger sur la relance de la « destination Paris ». Elle a salué auprès d'eux « le retour des touristes japonais à Paris », tout en soulignant sa volonté de poursuivre les campagnes de promotion.

Anne Hidalgo était à Tokyo ces deux derniers jours pour poursuivre son action de promotion de l'attractivité touristique de Paris auprès du public japonais, tout en échangeant sur l'expérience de la capitale nippone dans la préparation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2020.

Mardi, elle a rencontré des professionnels du tourisme, pour recueillir leurs impressions sur Paris et travailler avec eux au développement de nouvelles synergies. Elle a salué auprès d'eux « le retour des touristes japonais dans la capitale française, constaté depuis janvier et qui se confirme dans les réservations effectuées pour les prochains mois ».

+80% de visiteurs japonais prévus au 1^{er} semestre 2017

« Les arrivées aériennes à Paris en provenance du Japon étaient en hausse de 56% en janvier par rapport à janvier 2016. Cette dynamique va se poursuivre et s'accroître dans les prochains mois : les réservations pour les mois de février à avril progressent de 80% par rapport à la même période de l'an dernier », a détaillé Anne Hidalgo.

« Ces chiffres très positifs ne se limitent pas au Japon. Les arrivées programmées à Paris au 1^{er} semestre 2017, par rapport au 1^{er} semestre 2016, sont en hausse de 87% pour les Russes, de 53% pour les Brésiliens ou encore de 30% pour les Américains. Paris est en train de retrouver l'entièreté de son attractivité touristique », a poursuivi la Maire de Paris.

Le plan de relance du tourisme produit ses effets

Pour Anne Hidalgo, « ces chiffres démontrent que la mobilisation des professionnels du secteur, soutenus par les pouvoirs publics, porte ses fruits ». Il y a un an, la Ville de Paris a initié un plan de relance de la « destination Paris », qui a reçu le soutien de l'Etat et de la Région.

Doté de 10,3M€ sur la période 2016-2017, il a déjà permis de financer une grande campagne promotionnelle « Made in Paris », le film *Paris Je t'aime* – déjà vu par plus de 60 millions de personnes dans le monde – et l'accueil de 300 journalistes et influenceurs étrangers.

De nouvelles actions en 2017 et une stratégie de long terme

« De nouvelles actions sont prévues ces prochains mois, sous la forme de campagnes événementielles – Paris romantique, Paris nocturne, Paris plein air, etc – et de campagnes affinitaires auprès de communautés très actives : clubbeurs, passionnés d'Histoire, LGBT, etc », explique Jean-François Martins, adjoint à la Maire de Paris en charge du tourisme, qui était à ses côtés lors de son déplacement au Japon.

Paris veille aussi à conserver, sur le long terme, sa place de première destination touristique mondiale dans un marché international de plus en plus concurrentiel. « Le premier schéma de développement touristique de l'histoire de la capitale a été adopté l'automne dernier. Il s'agit d'une stratégie globale, partagée par tous les professionnels du secteur. Elle fixe un cap sur la durée et le traduit sous la forme de 59 mesures concrètes », souligne Jean-François Martins.

Contact presse : Mélanie Rigaud / presse@paris.fr / 01.42.76.49.61