

Anne Hidalgo à Tokyo : « Les touristes japonais sont les bienvenus à Paris »

En déplacement à Tokyo, Anne Hidalgo est allée lundi à la rencontre des professionnels japonais du tourisme pour promouvoir les atouts de la « destination Paris » et lever auprès d'eux les incompréhensions posées par « l'état d'urgence », un dispositif qui est souvent mal compris à l'étranger.

Anne Hidalgo est au Japon du 29 février au 2 mars, pour renforcer les liens entre Paris et les villes nippones. Elle souhaite promouvoir à cette occasion la « destination Paris » auprès des professionnels du tourisme, qui ont manifesté leur inquiétude après les attentats de 2015.

Elle a convié à ce déplacement la présidente du Conseil Régional d'Ile-de-France, Valérie Pécresse, pour témoigner de l'unité de leurs deux collectivités sur ce sujet essentiel. Leur message : « La relance du tourisme est un sujet d'intérêt général qui nécessite de dépasser les clivages partisans ».

Pendant près de deux heures, Anne Hidalgo a abordé lundi avec les professionnels japonais du tourisme la situation du marché nippon, les perspectives de reprise des séjours à Paris et les nouvelles synergies à développer. Autour de la table : des dirigeants d'agences de voyage, des tour-opérateurs, ou encore des bloggeuses japonaises influentes.

« L'essence de Paris est d'être une ville ouverte aux autres et à la nouveauté. Paris a besoin des Japonais et de tous ceux qui l'aiment pour être pleinement elle-même », a expliqué l'édile, en introduction. « A ce titre, Paris a la volonté d'apporter à ses hôtes le meilleur accueil qui soit. Nous faisons beaucoup pour renforcer l'hospitalité et la politesse, ou encore pour améliorer la propreté des rues », a-t-elle détaillé.

Ce temps a également servi à faire la pédagogie de l'état d'urgence. « Ce dispositif de sécurité, nécessaire et utile, est souvent incompris à l'étranger. Il est en proie à beaucoup de fantasmes : certains pensent qu'il y a un couvre-feu ou que la vie s'est arrêtée », a pointé Anne Hidalgo.

« Il est important d'expliquer que les Parisiens continuent à sortir, qu'ils profitent des terrasses et de la vie nocturne, que les théâtres sont ouverts, que des événements culturels et festifs se tiennent sur l'espace public », a-t-elle souligné, en insistant sur le fait qu'il y a à Paris « les mêmes risques – pas moins et pas plus – que dans les autres grandes métropoles ».

En amont de son déplacement au Japon, Anne Hidalgo avait lancé sur les réseaux sociaux une campagne dédiée au public japonais, valorisant les atouts de Paris : un geste qui a rencontré un véritable succès sur l'archipel nippon.