

Paris déploie la 2e phase de son plan de relance du tourisme

Le tourisme est un secteur clé de l'économie parisienne. Après un premier plan de relance déployé avec succès par les pouvoirs publics en 2016, Paris continue à apporter son soutien aux professionnels en 2017. Une série de campagnes thématiques va rythmer l'année pour inciter à visiter la capitale. La Ville de Paris y consacra 2M€.

Dans un marché du tourisme international de plus en plus concurrentiel, Paris a impulsé une stratégie collective pour se maintenir à la première place. Le premier schéma de développement touristique de l'histoire de la capitale, accompagné de 59 mesures concrètes, a été adopté cet automne. En plus de cette stratégie globale qui fixe un cap sur la durée, la Ville a également proposé à l'État et la Région d'élaborer et de cofinancer un deuxième plan de relance de la destination Paris, qui s'ajoute à celui déployé en 2016.

« Si le schéma de développement garantit à long terme la pérennité de l'activité touristique, il nous faut aussi apporter une réponse immédiate à la baisse de la fréquentation. Le but de ce nouveau plan de relance est de créer un sentiment d'urgence de la visite et de déclencher des séjours immédiats. La mobilisation de tous les acteurs publics et des professionnels du secteur a permis de doter ce plan de moyens exceptionnels et de lui donner une ampleur inédite. La Ville de Paris y consacra 2M€, l'Etat et la Région apporteront aussi leur contribution, pour un total de 8M€ », explique Jean-François Martins, adjoint à la Maire de Paris en charge du tourisme.

Une série de campagnes thématiques va venir rythmer l'année pour inciter à visiter la capitale. Première initiative : la campagne « Mon Paris romantique », qui met en avant quatre types de séjours différents, proposant chacun plusieurs exemples d'activités, de lieux ou encore d'offres spéciales pour profiter de Paris en couple. Un grand jeu concours est organisé pour permettre de gagner des séjours et des billets de train, des entrées de musées, des nuits d'hôtels ou des places de spectacle.

D'autres événements clés donneront lieu à des campagnes : le lancement de la saison culturelle en mars, « Paris nocturne et festif » en mai-juin, « Paris en plein air et en famille » cet été et « l'hiver féérique » en novembre-décembre. « Ces campagnes, déclinées également sur les réseaux sociaux, créeront une forte dynamique pour inciter au maximum les touristes à plébisciter Paris », ajoute Jean-François Martins.