



Après les attentats, le tourisme est en baisse à Paris

Économie Actualité économique Par Margot Mephon (ISCPA),
publié le 26/11/2015 à 10:09, mis à jour à 10:10



Importante dans l'hôtellerie et la restauration, un peu moins dans les grands magasins, la baisse de fréquentation est réelle pour l'industrie du tourisme parisien. Même si la vie reprend peu à peu son cours normal.

Spécialiste de la gestion et de la commercialisation d'hôtels 4 et 5 étoiles, **Jean-Bernard Falco** ne compte pas mettre genou à terre. Le week-end des attentats du 13 novembre, le directeur du groupe hôtelier **Paris Inn** a pourtant enregistré 50% d'annulation, 30% le lundi suivant, 20% le lendemain. Sur le mois de novembre, il estime entre 10 à 15% la baisse du taux d'occupation dans ses établissements parisiens. Pour compenser, il va falloir "se retrousser les manches", prédit-il.

Entre 30 et 50% d'annulation

Selon L'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH), les palaces ont plus que d'autres souffert de l'état d'urgence. Une semaine après les attentats, le bilan était lourd: quelque 50% d'annulation. "Nous visons une clientèle internationale. La réaction des Américains, notamment, a été immédiate, ils craignaient pour leur sécurité", explique-t-on dans les couloirs du syndicat.

Les hôtels moyen de gamme sont moins touchés, mais de peu: leur perte est évaluée à 30% environ. La restauration serait elle aussi "fortement impactée", même s'il "est plus difficile de donner un chiffre".



Une touriste chinoise fait ses emplettes aux Galeries Lafayette. Après les attentats, la fréquentation a repris, petit à petit. Mais avec moins de clients français.

Margot Andréa/ISCPA

Les centres commerciaux et les grands magasins, dont sont friands les touristes étrangers, ne sont pas en reste, même si, aux Galeries Lafayette par exemple, la fréquentation a repris peu à peu son cours normal. Parce que, comme l'explique Catherine, une vendeuse, "pour les Chinois, le shopping aux Galeries est un passage obligé". L'enseigne avait ouvert ses portes le lendemain du drame, pour finalement les refermer à midi. "Certains guides n'étaient même pas au courant et les clients asiatiques n'ont pas compris que l'on ferme: ils ne se sentaient pas concernés", explique une autre vendeuse. Quelques jours plus tard, les allées se sont de nouveau remplies - mais "on y voit beaucoup moins de clients français", constate une hôtesse.

Savoir vivre à la française

Pour compenser ces baisses de fréquentation, en particulier du parc hôtelier, Bpifrance, la Banque publique d'investissement, a décidé de suspendre pour six mois les échéances de crédits des hôtels parisiens. De son côté, l'UMIH se mobilise. Son président, Roland Héguy, a transmis ses consignes dès le lundi suivant les attentats: les établissements doivent rester ouverts. Il a rencontré la mairie de Paris, la Chambre des Métiers, la Chambre du Commerce, afin de mettre en place un plan, pour "maintenir ces lieux de partage et de convivialité. On ne va pas baisser les bras, c'est du savoir vivre à la française dont il s'agit."

Selon le directeur général du Comité régional du tourisme d'Ile-de-France, les professionnels sont "unis et mobilisés". Certes, des salons importants, comme le Congrès des maires de France, qui devait accueillir 60 000 personnes du 17 au 19 novembre, ont été sacrifiés à la sécurité. Mais François Navarro est confiant et appelle les organisateurs d'événement "à ne pas annuler".

La région affirme avoir reçu des "milliers de messages de soutien". Comme celui d'Helena Bermejo, une touriste madrilène. Pour elle, "la France n'est plus aussi sûre qu'avant", mais elle y reviendra, se réjouit-elle, dès la semaine prochaine. Parce que "Paris sera toujours Paris".

Article réalisé en collaboration avec l'Institut supérieur des médias de Paris (ISCPA) et ses étudiants en journalisme.