Bilan des actions de Promotion Loisirs et MICE du 2nd trimestre

Le 16 juin 2026

Découvrez le bilan des actions de Promotion Loisirs et MICE
de Visit Paris Region menées au 2nd trimestre 2026 et les temps forts qui ont rythmé la promotion de la destination, en France et à l'international.

Au 2e trimestre 2026, l'activité de promotion de la destination Paris Region s'est poursuivie avec une dynamique soutenue auprès des professionnels du tourisme et sur les marchés internationaux malgré le report de la mission à Riyad en 2027 compte tenu du contexte géo-politique. Ces actions s'inscrivent dans une stratégie globale visant à renforcer la compétitivité, la visibilité et la commercialisation de la destination, à l'approche de la saison estivale, qui se clôturera début juillet avec l'European Show.

Dialogue avec les professionnels : un partenariat renforcé avec l'ETOA

Le Pôle Promotion a accueilli le groupe de travail de l'ETOA – European Tourism Association au sein de la Région Île-de-France le 15 avril dernier.

Cette rencontre a permis de partager les excellents résultats de fréquentation de 2025 et les perspectives pour 2026 compte tenu du contexte géo politique.

Les échanges ont porté sur des enjeux opérationnels majeurs pour les professionnels :

- l'évolution des politiques tarifaires des grands sites culturels,
- les nouvelles modalités d'accueil des groupes à la Tour Eiffel,
- ainsi que les enjeux de mobilité en Île-de-France.

Ce temps fort illustre l'importance du dialogue continu avec les réseaux de distribution et les partenaires institutionnels pour adapter l'offre aux mutations du marché.

Consolide

La destinat
de Paris je

Cette partici
Paris au clas

L'année 202

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

- **1 200 congrès accueillis,**
- **317 sites mobilisés,**
- **et 942 M€ de retombées économiques.**

Pour accompagner cette évolution du marché, cette année, l'équipe Grands Evénements était présente à l'IMEX Francfort pour annoncer la création d'un guichet unique « Grands Événements » co-piloté par Choose Paris Region et Paris je t'aime qui vient renforcer l'attractivité et la lisibilité de la destination auprès des organisateurs internationaux.

Connectivité aérienne : une nouvelle porte d'entrée stratégique depuis le Mexique

Le trimestre a également été marqué par le renforcement de la desserte aérienne avec l'inauguration de la nouvelle liaison Aeromexico entre Monterrey et Paris.

Opérée à raison de **trois vols hebdomadaires**, cette ligne constitue un levier stratégique pour capter une clientèle à forte contribution en provenance du nord du Mexique.

Avec près de **300 000 passagers entre Monterrey et l'Europe en 2025** et une croissance soutenue ces dernières années, cette nouvelle capacité, estimée à **100 000 sièges supplémentaires**, ouvre de nouvelles perspectives pour le développement des flux touristiques et d'affaires.

Des actions de commercialisation ont été engagées en parallèle avec les agences et seront poursuivies dans le cadre d'une mission dédiée au Mexique à l'automne.

Focus sur l'Asie : une mission stratégique au Japon et en Corée du Sud

Dans le cadre de sa stratégie de reconquête des marchés asiatiques, Visit Paris Region a mené une mission au Japon et en Corée du Sud, deux marchés prioritaires caractérisés par une clientèle fidèle et qualitative.

Cette opération, inscrite dans un cycle de trois ans, avait pour objectif de stimuler la commercialisation et de renforcer les liens avec les réseaux de distribution à travers plusieurs formats :

- séminaire de destination à Tokyo,
- workshops et rendez-vous professionnels,
- rencontres terrain avec les agences,
- déjeuner presse à Séoul.

La mission a

- une offre
- la dynam
- la perfor
- ainsi qu'u

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

La mission s'inscrivait également dans le cadre du 140e anniversaire des relations diplomatiques entre la France et la Corée, renforçant la dimension institutionnelle et culturelle de cette présence.

Développement de la programmation auprès des réseaux japonais

Dans le prolongement de la mission de promotion menée au Japon et en Corée du Sud en 2025, le pôle Promotion a eu le plaisir d'accueillir du 16 au 22 avril 2026 les professionnelles japonaises gagnantes de la tombola organisée lors de la mission : Mme Tomoko Nishio, journaliste pour Travel Vision et Mme Megumi IGARASHI de l'agence Compact Seek.

Le programme leur a permis de découvrir un large éventail d'offres : sites culturels, parcours de visite, expériences gastronomiques, croisière sur la Seine et découvertes en Ile-de-France, afin d'enrichir leur connaissance terrain et nourrir leurs futures recommandations clients et articles de presse.

> "This stay in Paris Region provided a very comprehensive and inspiring overview of the destination. What I particularly appreciated was the diversity of experiences available, both in Paris and just outside the city — from major landmarks such as the Eiffel Tower and cultural institutions to hands-on experiences like the macaron-making workshop at Galeries Lafayette, as well as countryside discoveries including the Château de Vaux-le-Vicomte, the Maison Caillebotte and an overnight stay at Domaine de Varennes.
> Experiencing these products firsthand is essential to fully understand their value and to confidently recommend them to our clients, especially honeymooners and couples seeking meaningful and memorable experiences."
> Megumi Igarashi – Compactseek, Japan

Un grand merci à nos partenaires pour leur accueil qui leur a permis de découvrir sites et expériences dans des conditions privilégiées.

L'ensemble d
la destinatio

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.