



Paris - Ile de France Capitale Economique



Paris, le 16 mars 2015

## **L'accueil des investisseurs internationaux dans les principales métropoles mondiales**

### **Paris-Ile de France intègre le Top 3 mondial !**

**Paris-Ile de France Capitale Economique fait appel depuis 2009 à Présence, n°1 des études clients mystères en France, pour réaliser l'étude sur la qualité d'accueil des investisseurs dans les métropoles du monde.**

Belle surprise dans cette 4<sup>ème</sup> édition (2014) avec une **remarquable progression pour Paris-Ile de France qui rentre pour la première fois dans le Top 3 mondial, en gagnant 5 places, derrière Dubaï et New-York.**

Quelques métropoles parviennent également à faire évoluer leur qualité d'accueil, Londres, par exemple, gagne 6 points et Moscou, 7 points, mais restent derrière Paris au classement global, respectivement en 5<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> position. A noter, Paris progresse constamment depuis la 1<sup>ère</sup> édition de l'enquête en 2009 et on identifie ainsi une vraie tendance positive dans l'amélioration de la culture d'accueil. Pour des métropoles comme Bruxelles ou Londres, on enregistre des évolutions inégales depuis la 1<sup>ère</sup> édition, marquées par des régressions et des avancées.

Pour Paris, le secteur dont l'évolution est la plus remarquable est celui des centres d'information business avec 24 points de progression en 2 ans (Paris est classée 2<sup>ème</sup> après Bruxelles). Les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration affichent eux aussi des résultats en hausse, reflète d'un savoir-faire fermement acquis, avec respectivement une augmentation significative de 14 et 11 points depuis 2012, ce qui place Paris en 2<sup>ème</sup> position pour les hôtels et en 4<sup>ème</sup> position pour les restaurants. Paris arrive en 6<sup>ème</sup> position sur l'accueil des boutiques et enregistre une progression notable : +9 points. En ce qui concerne l'accueil dans les transports urbains et les aéroports, la qualité reste stable. En revanche, les centres d'information touristiques perdent 11 points et sont en 7<sup>ème</sup> position. Ces trois derniers secteurs disposent ainsi d'une large marge de progrès. Conscients des enjeux, Les Galeries Lafayette et le Comité Régional du Tourisme ont récemment créé un point d'information tourisme aux Galeries Lafayette, qui reçoivent 30 millions de visiteurs par an.

L'autre tendance encourageante révélée par cette étude concerne la maîtrise de l'anglais. En effet, c'est un élément clé de l'accueil et il y a une vraie prise de conscience dans ce domaine. Paris est d'ailleurs en 2014 en 5<sup>ème</sup> position du classement.

Selon **Pierre Simon, Président de Paris-Ile de France Capitale Economique**, « Paris progresse constamment depuis la 1<sup>ère</sup> édition de l'enquête. Je constate une **vraie tendance**

**positive** qui traduit une prise de conscience collective de l'importance de la culture d'accueil.»

D'après **David Coasne, Directeur associé de Présence Mystery Shopping**, « la **progression** de la qualité de l'accueil dans les **centres d'information business de Paris**, notamment la Chambre de Commerce et l'Agence Nationale de Développement, **est continue et spectaculaire depuis 2010** (+43 points), avec un effort remarqué dans la Relation à Distance avec l'investisseur en amont et aval des rendez-vous.»

---

#### (\*) **METHODOLOGIE**

Cette étude qualitative, type « client mystère », est fondée sur une méthodologie rigoureuse :

- un parcours identique dans chacune des 12 métropoles qui permet la comparaison des résultats,
- 8400 points d'observation qui garantissent que la hiérarchie mondiale observée représente bien la réalité.

Le visiteur mystère se présente comme un investisseur étranger désirant implanter une société de marketing. Il effectue une visite mystère de 2 jours en suivant le même parcours dans chaque métropole. Il observe des éléments comparables d'une métropole à l'autre suivant un questionnaire établi à l'avance : la disponibilité, le sourire, la rapidité du service, la politesse, l'attention... Tous les échanges ont lieu en anglais. Il effectue 700 points d'observation par métropole.

6 secteurs stratégiques observés : Centre information business, restaurants, hôtels, transports urbains, boutiques, centres d'information touristiques, aéroports

12 métropoles mondiales sélectionnées : Paris, Londres, Madrid, Milan, Francfort, New-York, Sao Paulo, Moscou, Dubaï, Tokyo et Shanghai.

Période de l'étude : Novembre-Décembre 2014

---

#### **CONTACTS**

Julie Dauchy  
Présence Mystery Shopping  
01 42 33 24 24  
j.dauchy@presence.fr

Christophe Scheidhauer  
Paris-Ile de France Capitale Economique  
01 55 65 73 10  
cscheidhauer@gp-investment-agency.com

Dominique Dardel  
Relations presse  
01 42 84 48 07  
dominique.dardel@ad-convergence.com