



Rapport d'activités

Annual Report for 2015



LA FRÉQUENTATION DE LA TOUR EIFFEL

NUMBER OF VISITORS TO THE EIFFEL TOWER

6 917 000 visiteurs de la Tour
-2,4 %



6,917,000 visitors
to the Tower
- 2.4%

La fréquentation 2015 de la tour Eiffel s'établit à **6 917 000 visiteurs, en baisse de 2,4% par rapport à 2014.**

The number of visitors to the Eiffel Tower in 2015 was **6,917,000, down 2.4% compared to 2014.**

Cette baisse s'explique intégralement par les conséquences des événements survenus le 13 novembre 2015.

This decrease is due to the consequences of the Paris attacks which took place on the 13th of November 2015.

Le sommet reste l'étage préféré des visiteurs, avec un taux de fréquentation de 50,4% stable par rapport à 2014. La visite des 1er et 2e étages (tarif unique) par ascenseur représente 30,1% de la billetterie, soit une hausse de 2,8 points. Cette hausse s'est faite intégralement au détriment de l'escalier (19,5%).

Visitors still prefer the top floor, stable at 50.4% compared to 2014. The visit by lift to the 1st and 2nd floors (same price) make up for 30.1% of ticket sales - an increase of 2.8%. This increase is directly linked to a decrease in stair ticket sales (19.5%).

S'agissant enfin des types de clientèles, pour la seconde année, on relève un léger redressement du segment groupe avec **1 254 065 clients.** Leur part dans la fréquentation totale atteint 18,1% en 2015, contre 15,9% en 2014.

Finally, with regard to visitor segmentation, the group segment makes a slight recovery with **1,254,065 visitors.** Group visitors represent 18.1% in 2015 compared to 15.9% in 2014.

Au total, **1 402 280 billets ont été vendus sur Internet,** soit une hausse de 8,45% par rapport à 2014. Le taux d'achat en ligne est de 7,9% pour l'ensemble du segment clients individuels, en très léger repli par rapport à 2014.

A total of **1,402,280 tickets were sold on internet,** an increase of 8.45% compared to 2014. The rate of online sales to the individual segment is 7.9%, down slightly on 2014.

Pour des raisons d'organisation des flux, les places mises en vente restent globalement en-deçà d'une demande croissante qui reflète une tendance du visiteur à planifier sa visite et à anticiper son achat.

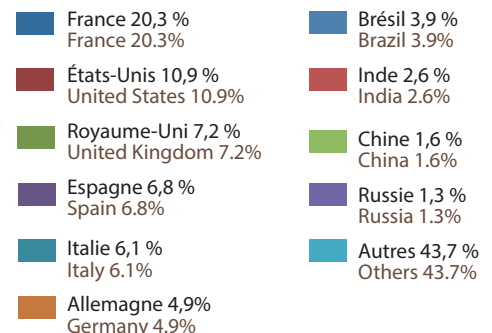
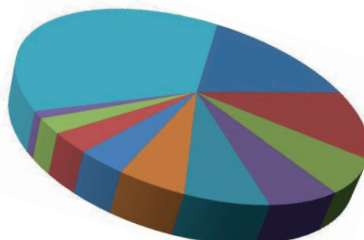
Due to visitor flow organisation, the number of tickets on sale was usually below the growing demand. This is a reflection of the trend that shows visitors plan their trip and buy in advance.

Les visiteurs de la Tour en 2015

Visitors to the Tower in 2015

La Tour accueille une clientèle internationale avec 79,7% de visiteurs étrangers en 2015 (84,2% en 2014). Le « Top 5 » des origines géographiques en 2015 reste inchangé.

Visitors to the Eiffel Tower are predominantly international, with 79.7% of foreign visitors in 2015 (84.2% in 2014). The "Top 5" origins are the same in 2015.

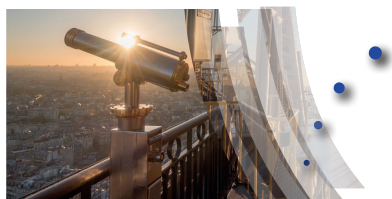


Enquête de satisfaction 2015

Satisfaction globale : 7,7/10 (stable)
Taux de satisfaction pour l'accueil et l'amabilité du personnel : 75% (stable)
Taux de satisfaction du temps d'attente aux caisses : 43%
Taux des visiteurs qui envisagent de revenir à la tour Eiffel : 71,6%
Rapport qualité/prix du billet : 7,1/10 (stable)
Taux de recommandation de la visite de la tour Eiffel : 92,5%

Customer satisfaction survey for 2015

Overall satisfaction: 7.7/10 (stable)
Satisfaction for welcoming and friendly staff: 75% (stable)
Satisfaction for checkout waiting time: 43%
Number of visitors who intend to return to the Eiffel Tower: 71.6%
Ticket value for money: 7.1/10 (stable)
Recommendation of the Eiffel Tower visit: 92.5%



L'observatoire des clientèles

Comme en 2014, deux types d'enquêtes ont été conduits en 2015 :

- Une enquête typologique, réalisée dans les files d'attente auprès de 27 000 visiteurs.
- Une enquête de satisfaction réalisée en ligne dans les 48 heures suivant la visite (5 500 visiteurs répondants).

Le niveau de satisfaction se maintient globalement à un niveau élevé en 2015.

Customer watch

As was the case in 2014, two surveys were conducted in 2015:

- a typology survey of 27,000 visitors in waiting lines.
- and an on-line satisfaction survey within 48 hours of a visit (5,500 responses).

Satisfaction levels remain high overall in 2015.

COMPTES DE RÉSULTATS SIMPLIFIÉS 2015 SIMPLIFIED INCOME STATEMENT FOR 2015

Produit d'exploitation	83,95 M€	Operating income	€83.95m
dont chiffre d'affaires	81,79 M€	including turnover	€81.79m
Charges d'exploitation	87,5 M€	Operating expenses	€87.5m
dont frais de personnel	31,03 M€	including staff-related expenses	€31.03m
Redevance Ville de Paris	21,07 M€	Royalties to the City of Paris	€21.07m
Dotations aux amortissements et provisions	18,50 M€	Amortisation and provisions	€18.50m
Résultat d'exploitation	- 3,55 M€	Operating result	€-3.55m
Résultat courant avant impôts	- 2,79 M€	Current pre-tax profit	€-2.79m
Impôts sur les sociétés	0€	Corporate income tax	€0m
Bénéfice net 2015	- 2,94 M€	Net profit for 2015	€- 2.94m

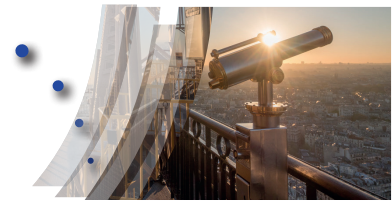
A NOTER :

La SETE s'est vue confier par la Mairie de Paris **une délégation de service public fin 2005 pour une durée de 10 ans. Les pertes enregistrées pour 2015 s'expliquent par le poids des amortissements sur la fin de la période**, notamment ceux liés à la fin des travaux de réaménagement complet du 1^{er} étage.

NOTE:

At the end of 2005, the City of Paris, the owner of the Eiffel Tower, **entrusted the maintenance and operation of the monument to the SETE for a duration of ten years, as part of a programme to delegate public services.**

The losses registered for 2015 are linked to the major impact of amortisation in the end of the period, especially those connected to the overall refurbishment of the first floor of the Tower.



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DEVELOPMENT OF TURNOVER

La billetterie

La vente des droits d'entrée a généré **66,19 M€ de chiffre d'affaires hors taxes**, en hausse de 4 % par rapport à 2014. **Le ticket moyen se situe à 9,71 €** contre 9,09 € en 2014.

Ticketing

Ticket sales generated **€66.19m excluding taxes**, an increase of 4% compared to 2014. **The average ticket sale is €9.71**, compared to €9.09 in 2014.

Les sous-concessionnaires et sous-occupants

La redevance totale versée à la SETE par l'ensemble de ses sous-concessionnaires exploitants pour 2015 s'élève à **12,84 M€** (12,99 M€ en 2014).

Les sous-concessionnaires et sous-occupants sont les restaurants, les boutiques officielles, les autres services tels les longues-vues, les distributeurs de médailles souvenir, les distributeurs automatiques de billets (DAB).

Les sous-occupants en 2015 sont :

- **des institutions publiques** : la Préfecture de police de Paris, la Brigade de sapeurs-pompiers de Paris, l'Institut de radioprotection et de sûreté nucléaire et Météo France
- une entreprise publique : **La Poste**
- une association : **Airparif**

L'ensemble des sous-occupants cités ont généré pour la SETE un revenu de **142 K€** en 2015 (141 K€ en 2013).

La convention de sous-occupation de La Poste a pris fin le 31 décembre 2015. Elle ne sera pas renouvelée, à la demande de La Poste.

Franchise holders and tenants

Total licence fees paid to SETE by concessionaires in 2015 was **€12.84m** (€12.99m in 2014).

The concessionaires and tenants include restaurants, official merchandise shops, and other services, such as telescopes, medal souvenir distributors, and cash points.

The tenants in 2015:

- **public organisations**: Paris Prefecture of Police, Paris fire-fighting brigade, the radiation protection and nuclear security institution, and the French meteorological organisation.
- a public company: **La Poste** (postal service)
- an association: **Airparif**

The tenants generated a total of **€142,000** in 2015 (€141,000 in 2014).

The tenancy contract with La Poste came to an end on the 31st of December 2015. La Poste has requested that it should not be renewed.

L'exploitation du salon Gustave Eiffel

Le Salon Gustave Eiffel est commercialisé uniquement pour **l'organisation de manifestations professionnelles** : congrès, séminaires, opérations de relations publiques, présentations de produits, conférences de presse, événements culturels, etc.

Le Salon Gustave Eiffel a généré un chiffre d'affaires de **1,6 M€**, représentant **164 manifestations et 17 619 invités**.

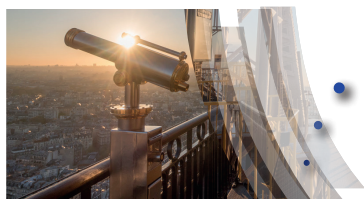
A noter, le salon a accueilli d'octobre 2014 et jusqu'à juin 2015 l'émission « **Un soir à la tour Eiffel** » diffusé une fois par semaine sur **France 2**. Cette émission a eu un retentissement très positif sur l'image de la tour Eiffel.

Operation of the Gustave Eiffel reception room

The Gustave Eiffel reception room is only used for **professional events**: congresses, meetings, PR events, product presentations, press conferences, cultural events, etc.

The Gustave Eiffel reception room generated **€1.6m** in revenue in 2015, with **164 events with 17,619 guests**.

Note that from October 2014 to June 2015, the french television show "**Un soir à la Tour Eiffel**" was broadcast once a week on **France 2 (public TV channel) from the reception room**. This show had a very positive impact on the Eiffel Tower's image.



SERVICES AUX VISITEURS VISITOR SERVICES

Les restaurants

Les restaurants ont connu une progression sensible de 6,4% de leur chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires global de l'activité est de **42,98 M€**.

L'année 2015 a profité en année pleine de la rénovation du 1er étage, l'intégralité des points de restauration étant opérationnelle et rénovée.

Le restaurant « 58 Tour Eiffel » a augmenté ses produits de 6,4% par rapport à 2014 avec un chiffre d'affaires de **15,56 M€**. La croissance a porté essentiellement sur le service du déjeuner grâce à la mise en place d'un contingent de billets dédié au concessionnaire pour ce service.

Le restaurant « Le Jules Verne » a vu son chiffre d'affaires progresser de 1,4% à 18,17 M€.

Le bar à champagne du 3e étage a généré un chiffre d'affaires de **1 M€, en hausse de 1,6%**.

Enfin, **les buffets de restauration rapide progressent de 15,1%** avec un chiffre d'affaires de **7,58 M€**, notamment par l'effet année pleine du 1er étage et la rénovation du Pavillon Ferrié.

En septembre 2015, **un « bar à macarons »** a vu le jour au 2e étage, l'engouement pour produit est tel qu'en quatre mois le chiffre d'affaires a approché les **100 K€**.

Les boutiques officielles

Les boutiques ont enregistré en 2015 une **croissance de leur activité de 4,7% avec 11,74 M€** de chiffre d'affaires.

Comme pour la restauration, la boutique du 1er étage a profité en année pleine de la rénovation du Pavillon Ferrié, **le taux de pénétration s'établissant à 13,5% (+0,8 point)**.

La fin d'année marquée par les attentats du 13 novembre a stoppé la progression constatée depuis le début d'année.

Les autres services

Les autres services (longues vues, visites des coulisses, GAB) ont **progressé de 5,5% pour approcher le 1,06 M€ de chiffre d'affaires en 2015**.

Presque toutes ces activités annexes ont pâti de la chute de fréquentation de la fin d'année.

Restaurants

The revenue of the restaurants increased slightly by 6.4%. The overall revenue of the catering activity is **€42.98m**.

2015 was the first full year following to overall refurbishment of the first floor: all the catering services were operational.

The income of the "58 Tour Eiffel" restaurant increased by 6.4% compared to 2014 when the revenue was **€15.56m**. The increase was mainly at lunchtime due to the reservation of a quota of tickets for this service.

The revenue of the "Le Jules Verne" restaurant increased by 1.4%, reaching €18.17m.

The 3rd floor champagne bar generated €1m revenue, an increase of 1.6%.

Finally, **the snack buffets revenue increased by 15.1% to €7.58m**, benefiting from the end of the first floor and a first year of operation in a renewed configuration.

In September 2015 **"a macaroon bar"** was created on the 2nd floor. The enthusiasm for this product generated almost **€100,000** in just 4 months.

Official souvenir shops

In 2015 the revenue of the shops **increased by 1.7% to €11.74m revenue**.

Like the catering services, the 1st floor giftshop benefited from a first full year of operation. **The rate of penetration is 13.5% (+0.8%).**

The end of the year was marked by the 13th November attack which stopped the progression experienced since the beginning of the year.

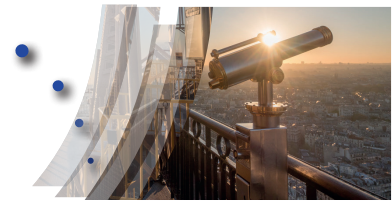
Other services

The other services (telescopes, behind the scenes visits, cash points) **increased by 5.5% to reach €1.06m of revenue in 2015**.

Almost all the other activities suffered from the drop in visitor numbers at the end of the year.

LA MAINTENANCE, L'ENTRETIEN, LES TRAVAUX

MAINTENANCE, REPAIRS AND WORKS



Gros entretien - Maintenance

Parmi les opérations notables de gros entretien technique menées en 2015 :

- **Sur le dispositif global d'illumination : remplacement de l'infrastructure de l'installation du scintillement** (principaux coffrets et armoires électriques), des shutters du phare, des ampoules des projecteurs d'illumination.
- Conduite d'un **diagnostic sur l'état de la peinture** du monument.
- **Poursuite des travaux sur l'ascenseur Est**, dont remplacement de 6 poulies en voie, des étanchéités (tresses) des vérins de presse et des vérins d'accumulateurs, de 4 moteurs hydrauliques, de 2 ensembles de poulies de supportage en fosse ; mise en place du poste de travail d'accès à la cabine pilote, sonorisation des cabines, remplacement d'un tronçon de tuyauterie hydraulique haute pression.
- **Changement des brides et visserie des rails de roulement de l'ascenseur de service du pilier Sud et du Jules Verne**, démarrage des travaux de remplacement des limiteurs de vitesse et de 16 rouleaux ondulés guide câbles.
- **Remplacement de 8 charpentes de passage à niveau des ascenseurs reliant le 2e étage et le sommet**, du contrôle commande et des automates de passage à niveau, démarrage des travaux de rénovation des rails d'alimentation.

Noteworthy major technical

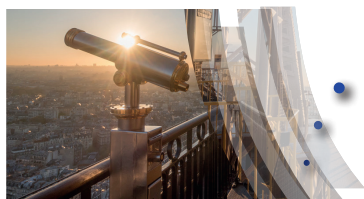
The most important technical maintenance projects in 2015:

- **The illumination system: replacement of the flashing-light system infrastructure** (main fuse boxes and electrical enclosures), the lighthouse shutters, and the projector light bulbs.
- **A diagnostic of the condition of the monument's paintwork.**
- **Continuation of the work on the East lift**, including the replacement of 6 pulleys, the waterproof casing (braids) of pressure jacks and hydraulic accumulators, 4 hydraulic motors, 2 pit supporting pulleys; installation of an access workstation for the command cabin and cabin sound systems, replacement of a section of high-pressure hydraulic piping.
- **Replacement of the flanges and screws on the rolling rails of the service lift in the south pillar and the Jules Verne restaurant dedicated lift**; commencement of the replacement of speed limiters and 16 waveguide tubes.
- **Replacement of 8 passage structures near the lifts connecting the 2nd floor and the top of the tower**, control switch, and crossing automatons, commencement of renovation of the power supply rails.

LES PROJETS D'AMÉNAGEMENT

REFITTING PROJECTS

- **Modélisation de la Tour en 2D et 3D**, réalisation de coupes transversales.
- Réalisation de l'**audit énergétique** obligatoire
- **Études de scénarios pour le remplacement du scintillement**
- **Schéma directeur général de sécurité et d'évacuation d'urgence** du monument
- **Étude de flux aux 2ème et 3ème étages** du monument
- **Poursuite de l'amélioration de l'accessibilité et de la signalétique** du monument
- **2D and 3D models of the Tower** and cross sections
- An obligatory **energy audit**
- **Evaluation of scenarios for the replacement of the flashing-light system**
- **Management plan for security and emergency evacuation** of the monument
- **Evaluation of the flow on the 2nd and 3rd floors**
- **Continued improvement of disabled access and signage**



DROITS D'IMAGE COPYRIGHTS

Le chiffre d'affaires des droits à l'image, des tournages et des produits dérivés s'élève en 2015 à un montant total de **582 361 €, en hausse de 49,57% par rapport à 2014**, du fait d'une activité très soutenue avec les sociétés de production audiovisuelle.

Les frais de tournages enregistrent une **hausse de 112% pour un montant total de 175 010 €**. La tour Eiffel a accueilli en 2015 plusieurs longs métrages (*Vincent ou la fin du monde, Paris pieds nus...*).

En 2015, la tour Eiffel a été aussi le **décor d'événements assez originaux** : des chevaux au 1er étage dans le cadre du Paris Eiffel Jumping, des faucons dans le cadre d'un film animalier...

Un partenariat a également été signé avec la Fédération Française de Tennis pour l'installation d'une balle géante lors du tournoi de Roland Garros.

Les droits à l'image ont enregistré de très bons résultats avec 318 265 € (+ 62%). La tour Eiffel éclairée a été très présente dans les longs métrages (*Un jour mon prince, Nos futurs, Nos femmes, Ange et Gabrielle...*) et dans les films publicitaires.

L'année 2015 a été marquée par la signature de plusieurs contrats de cession de droits au profit d'annonceurs comme Cartier, Givenchy, Schwarzkopf...

L'activité « produits dérivés », centrée sur des contrats à haut potentiel, est en repli de 15% pour un montant total de **89 086 €**, mais demeure à un niveau satisfaisant. La fin d'année, après les événements du 13 novembre, a été marquée par des reports de commande de certains de nos licenciés. **Face la baisse de la fréquentation touristique, certains licenciés ont reporté leurs commandes de produits dérivés au 1er semestre 2016.**

The revenue from image reproduction rights, filming, and by-products was **€582,361 in 2015, an increase of 49.57% compared to 2014**, due to strong activity with audiovisual companies.

The revenue from filming increased by 112% to reach €175,010. The Eiffel Tower was the scene for many feature films in 2015 (*Vincent ou la fin du monde, Paris pieds nu, etc.*).

In 2015 the Eiffel Tower was also **the stage for many original events**: horses on the 1st floor in the Paris Eiffel Jumping competition, falcons in an animal film, etc.

A partnership was also signed with the French tennis federation for the installation of a giant ball during the Roland Garros tournament.

The results for image reproduction rights were particularly positive, reaching €318,265 (+62%). The illuminated Eiffel Tower appeared in many feature films (*Un jour mon prince, Nos futurs, Nos femmes, Ange et Gabrielle, etc.*) and advertisements.

During 2015 several rights transfer contracts were signed with advertisers such as Cartier, Givenchy, Schwarzkopf, etc.

The by-product activity, which focuses on high potential contracts decreased by 15% but remains satisfactory with €89,086. After the events of the 13th of November some of our licence-holders postponed their orders. **Due to the decrease in tourists, certain licence-holders postponed their by-product orders to the first half of 2016.**

LES RESSOURCES HUMAINES HUMAN RESOURCES

En 2015, **la SETE a employé en moyenne 346,1 personnes** équivalent temps-plein. L'effectif en contrat à durée indéterminée au 31 décembre 2015 est de 311 (309 en 2014).

La masse salariale brute hors charges patronales 2015 a été de **20 019 134,22 €**, en hausse de 5,5% par rapport à 2014.

La rémunération annuelle brute moyenne pour une personne travaillant à temps complet a été en 2015 de **61 423 €** (+ 0,7% par rapport à 2014).

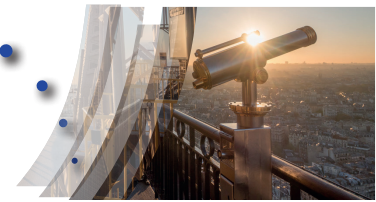
L'entreprise a signé plusieurs **accords collectifs** avec l'ensemble des organisations syndicales représentatives en 2015 concernant le dispositif de prévente pour toutes les périodes d'exploitation, l'utilisation de l'ascenseur de service, les compensations liées aux réunions dans l'entreprise avec les IRP, l'intéressement.

In 2015, the SETE had an average of 346.1 full-time equivalent employees. The number of employees with a long-term contract on the 31st of December 2015 is 311 (309 in 2014).

The gross payroll excluding employer charges in 2015 was **€20,019,134.22**, an increase of 5.5% compared to 2014.

The annual average gross salary for a full-time employee was **€61,423** in 2015 (+0.7% compared to 2014).

The company has signed several **collective agreements** with representatives of trade unions in 2015 regarding pre-sale measures for all periods of operation, the use of the service lift, compensation for company meetings with the IRP staff representatives, and profit-sharing.



L'année 2015 a été marquée par de nombreuses illuminations de la Tour, liées en particulier à l'accueil de la COP 21 à Paris en fin d'année. C'est également en 2015 qu'a eu lieu la première édition de la course d'escalier du monument : « La Verticale ».

The Tower was repeatedly illuminated during 2015, particularly when Paris hosted the COP21 at the end of the year. The first Eiffel Tower stair race also took place in 2015: "La Verticale".

STRATÉGIE NUMÉRIQUE

L'ensemble des sites officiels de la tour Eiffel (versions bureau+mobile) a enregistré 6 700 423 visites (+5,2% par rapport à 2014), soit une moyenne de 558 369 visites par mois. À noter que la navigation sur le site en version mobile représente plus de 30 % des visites sur le site officiel.

DIGITAL STRATEGY

All the Eiffel Tower's official websites (computer and mobile) registered 6,700,423 visits (+5.2% compared to 2014), an average of 558,369 visitors per month. It is interesting to note that visits to the mobile version of the site represent 30% of total visits to the official site.

La page Facebook a continué son développement sur l'année 2015 pour dépasser 1,7 M de fans à la fin de l'année. Lancé en 2014, le compte officiel Instagram de la Tour compte plus de 20 000 abonnés.

The Facebook page continued to attract more visitors in 2015 with more than 1.7m fans at the end of the year. The official Tower Instagram account, launched in 2014, now has 20,000 followers.

2015 a été marqué par le lancement du compte Twitter officiel de la Tour en décembre, qui a connu un écho médiatique important et qui s'est traduit par un gain rapide d'abonnés dès sa mise en ligne (près de 15 000 abonnés en 24h).

The Tower's Twitter account was launched in 2015. The launch attracted immediate and significant media attention, making it possible to rapidly gain followers as soon as it went on line (nearly 15,000 followers in 24 hours).

ÉVÉNEMENTS

Elevator Pitch – 21 janvier

La tour Eiffel a accueilli l'opération Elevator Pitch, en partenariat avec la Mairie de Paris et 50Partners, incubateur de startups à Paris. 120 dirigeants de jeunes startups avaient 2 minutes (pitch) pour présenter leur projet à un jury de professionnels, lors d'un trajet en ascenseur. L'ascenseur Est était réservé pour l'événement. À l'issue de ces speed-dating, des prix ont été remis aux gagnants devant une audience d'investisseurs, entrepreneurs et structures liées à l'entrepreneuriat dans le Salon Gustave Eiffel loué pour l'occasion.

EVENTS

Elevator Pitch – 21st January

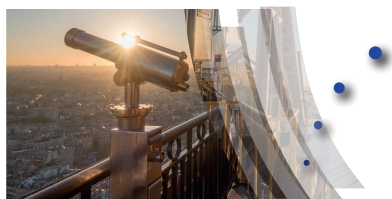
The Eiffel Tower hosted the Elevator Pitch operation in collaboration with the Mairie de Paris and 50Partners, a Parisian startup incubator. 120 startup managers each had 2 minutes (pitch) to present their project to a jury of professionals during a trip in a lift. The east lift was used for the event. At the end of the speed-dating, prizes were awarded to the winners in front of an audience made of investors, entrepreneurs, and entrepreneurial organisations in the Gustave Eiffel reception room which was hired for the event.

Saint-Valentin – 14 février

Les visiteurs de la Tour ont pu suivre un parcours inédit à la recherche des meilleurs endroits pour s'embrasser. Des marquages au sol, des panneaux avec le message « Place to kiss » parsemaient les étages. Dans le Pavillon Ferrié du 1er étage, une grande tour Eiffel collée sur le mur du fond du hall symbolisait un arbre à vœux. Une hôtesse mettait à disposition des visiteurs des post-it en forme de cœur, qu'ils collaient ensuite sur le mur avec leur message. Un photomaton personnalisé était aussi proposé. L'animation a rencontré un franc succès. Les marquages au sol « Place to kiss » ont été conservés et sont toujours appréciés des visiteurs !

Saint Valentine's Day – 14th February

Visitors to the Tower followed a unique route searching for the best places to kiss. Each floor was scattered with floor markings and signs indicating a "Place to kiss". A big Eiffel Tower was stuck on the back wall of the Ferrié pavilion on the 1st floor, to symbolise a wish tree. A hostess provided visitors with heart-shaped Post-it which they stuck on the wall with their message. There was also a personalised photo booth. The event was a great success. The "Place to kiss" floor markings were kept and visitors are still enjoying them!



La Verticale de la tour Eiffel – 20 mars

Première édition d'une compétition unique : la course d'escalier de la tour Eiffel, chronométrée, sur le modèle d'un contre-la-montre.

Pour la première édition de cette compétition unique, le nombre de participants était limité. Seuls 60 sportifs aguerris ont été autorisés à gravir par les escaliers les trois étages de l'édifice : 40 élites des courses d'escaliers et du trail élus par un comité d'experts, et 20 coureurs tirés au sort.

Le public présent sur la Tour pouvait assister au passage des coureurs et un écran géant disposé sur le parvis de la Tour permettait aux passants de suivre la course en direct. La remise des prix a eu lieu au Salon Gustave-Eiffel. Retransmise en direct sur Eurosport, la course a été largement médiatisée dans la presse française et étrangère.

Earth Hour – 28 mars

Comme chaque année, la tour Eiffel s'est associée à l'opération internationale du WWF « Earth Hour ». À l'occasion de cette manifestation en faveur de la maîtrise énergétique et de la préservation de la planète, la tour Eiffel a suspendu son illumination de 20h30 à 20h35. Nouveauté cette année l'extinction de l'illumination de la tour Eiffel a été faite symboliquement par la Maire de Paris, Anne Hidalgo, par la Ministre de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie, Ségolène Royal, et par Laurent Fabius, Ministre des Affaires Étrangères.

Le Salon Gustave Eiffel du 1er étage a accueilli le cocktail du WWF, en présence de Mme Royal.

« Vivez l'expérience Tour Eiffel » #EIFFELPOWER - avril

Du 1er au 15 avril, le premier étage de la tour Eiffel s'est affiché dans Paris sur 440 panneaux MUPI, en mettant en vedette le nouveau plancher de verre, l'endroit privilégié des selfies !

Tout le mois d'avril, un concours photo sur Instagram : #EIFFELPOWER a été proposé.

Les visiteurs étaient invités à partager leurs photos, prises sur le plancher en verre, sur Instagram, en les marquant du mot-clé #EIFFELPOWER. Un jury, réunissant des représentants de la tour Eiffel, de la Mairie de Paris et l'architecte Alain Moatti concepteur des équipements de l'étage ont départagé les meilleures photos sur les plus de 2000 publications reçues. Cinq dîners pour deux personnes au restaurant 58 Tour Eiffel du 1er étage étaient mis en jeu.

The Eiffel Tower “La Verticale” stair race - 20th March

The first edition of a unique competition: the timed race against the clock on the Eiffel Tower stairs.

The number of participants was limited for the first edition of this unique competition. Only 60 experienced athletes were authorised to climb the three floors of the edifice on the stairs: 40 elite stair and trail runners chosen by a committee of experts, and 20 runners selected at random.

Visitors to the Tower during the event were able to watch the runners passing by, and a giant screen was set up on the Tower forecourt so that passers-by could watch the course live. The prize-giving ceremony took place in the Gustave Eiffel reception room. The race was broadcast live on Eurosport and attracted significant media attention in France and abroad.

Earth Hour – 28th March

As is the case each year, the Eiffel Tower was partner to the WWF “Earth Hour” international operation. The illumination of the Eiffel Tower was suspended between 8.30pm and 8.35pm during this event which promotes energy control and the preservation of the planet. New this year: the illumination of the Eiffel Tower was cut-off symbolically by the mayor of Paris, Anne Hidalgo, the minister for Ecology, Sustainable Development and Energy, Ségolène Royal, and the Foreign Affairs minister, Laurent Fabius.

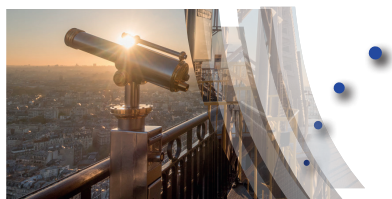
The WWF cocktail reception took place in the Gustave Eiffel room with Mrs Royal.

«Vivez l'expérience Tour Eiffel» (Live The Eiffel Tower experience) #EIFFELPOWER - April

From the 1st to 15th of April, the 1st floor of the Eiffel Tower appeared on 440 MUPI advertising boards in Paris, to promote the new glass floor - a special place for selfies!

A photo competition took place on Instagram throughout April: #EIFFELPOWER.

Visitors were invited to share photos taken on the glass floor on Instagram, using the keyword #EIFFELPOWER. A jury, including Eiffel Tower representatives, the Mairie de Paris and the architect Alain Moatti, designer of the floor's equipment chose the best photos from amongst over 2,000 published. 5 winners were awarded a dinner for two in the “58 Tour Eiffel” restaurant on the first floor.



Les Racines imaginaires de la tour Eiffel - Du 3 avril au 15 mai

La tour Eiffel s'est associée au Palais de Tokyo pour présenter « Les racines imaginaires de la tour Eiffel », une installation contemporaine et poétique au 1er étage de la Tour. L'artiste Laurent Derobert a cherché à répondre à cette question : si les arbalétriers de la Tour se prolongeaient dans les entrailles de la Terre, jusqu'où iraient-ils ? Menée à l'aide des mathématiques, cette rêverie scientifique a permis de déterminer les quatre lieux d'où les racines jailliraient, de l'autre côté de la planète. C'est quelque part au large d'Hawaï, de Java, de l'île de Pâques et de l'île Bouvet, aux quatre coins du globe, que la Tour Eiffel transpercerait la terre.

Le projet s'est incarné en une sphère monumentale de 3,20 m de diamètre, véritable mappemonde, sur laquelle étaient matérialisés ces quatre lieux.

Lolë White Tour by MyLittleParis à la Tour Eiffel - juin

Semaine de yoga à la tour Eiffel (15 au 19 juin) et yoga géant sur le parvis dimanche 21 juin, de 7h à 8h.

À l'occasion de la première journée mondiale du yoga, la tour Eiffel a proposé toute la semaine du 15 juin des cours matinaux au 1er étage de la Tour, en partenariat avec Mylittleparis et la marque de vêtements de sport Lolë.

Chaque matin, 50 participants ont pu faire la salutation au soleil au 1er étage de la Tour. En point d'orgue, une session géante a réuni sur le parvis de la Tour 1500 lève-tôt tirés au sort parmi les plus de 4000 inscrits. Vêtus de blanc, devant leurs tapis jaunes, autour de la grande estrade centrale et guidés par deux professeurs émérites au son de la harpe, les participants ont vécu un moment exceptionnel. Un événement largement repris par la presse française comme étrangère.

Roland Garros – mai / juin

Du 24 mai au 8 juin, une balle de tennis géante était suspendue à 80 m du sol, entre les 1er et 2ème étages de la Tour dans le cadre du tournoi international de tennis. La soirée des joueurs au 1er étage, le 21 mai, a donné lieu à de belles photos dans la presse.

Les Racines imaginaires de la tour Eiffel (Imaginary roots of the Eiffel Tower) - 3rd April to 15th May

The Eiffel Tower worked with the Palais de Tokyo to present "Les racines imaginaires de la tour Eiffel", a contemporary and poetic art installation on the 1st floor of the Tower. The artist Laurent Derobert sought the answer to the question: If the rafters of the Tower stretched to the bowels of the earth, where would they end up? Using mathematics, this scientific fantasy identified the 4 places where the roots would burst out on the other side of the planet. It was found that the Eiffel Tower would pierce the Earth in the 4 corners of the globe, somewhere off the coast of Hawaii, Java, Easter Island and Bouvet Island.

The project was represented by a giant sphere with a diameter of 3.2m - a map of the world showing the 4 destinations.

Lolë White Tour by MyLittleParis à la Tour Eiffel - June

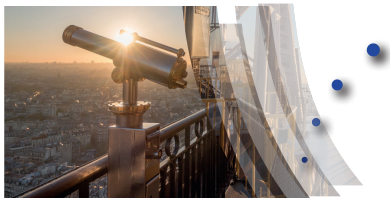
Yoga week on the Eiffel Tower (15th-19th June) and a giant yoga session on the forecourt Sunday 21st June from 7.00am to 8.00am.

To celebrate the first world yoga day, the Eiffel Tower proposed morning courses on the 1st floor of the Tower during the week beginning the 15th of June, in partnership with Mylittleparis and the sportswear brand Lolë.

Every morning 50 participants saluted the sun on the 1st floor of the Tower. The climax of the event was a giant session on the Tower forecourt with 1,500 early risers selected at random from the 4,000 registered. Dressed in white, with their yellow mats, around the big central stage and guided by two highly-skilled professors to harp music - an exceptional experience for participants. The event attracted significant French and foreign press attention.

Roland Garros – May / June

From the 24th May to the 8th June, a gigantic tennis ball was hung 80m from the ground, between the 1st and 2nd floors of the Tower as part of the international tennis tournament. Stunning photos were taken by the press during the players' evening on the 1st floor on the 21st of May.



Terrasse été – juin/juillet/août

La terrasse estivale a été placée sous le signe du développement durable : l'ensemble des pièces du mobilier de cette terrasse était réalisé à partir de matériaux recyclés ou recyclables, produits en France (palettes de bois recyclés, plastiques, voile de bateau, etc.). Tout était réuni pour faire une pause agréable : 5 espaces lounge avec fauteuils canapés et tables basse, mange-debout et chaises hautes, tables d'hôtes façon balançoire conçues à partir de 15000 bouteilles de plastique, bancs, poufs réalisés à partir de 30 m² de voiles de bateau et même transats à pédales permettant de recharger sa batterie de terminal mobile à la force des mollets...

Des buis apportaient une touche de verdure au décor, de même qu'un grand velum offrait l'ombre nécessaire aux visiteurs. En soirée, les éclairages LEDs apportaient une touche feutrée. Enfin, une tour Eiffel de 6m de haut réalisée en palettes (ossature en inox) s'offrait aux nombreuses photos des visiteurs.

Photoquai 2015 - 22 septembre /22 novembre

La tour Eiffel a renouvelé sa participation à la biennale de photographie contemporaine non-occidentale organisée par le Musée du Quai Branly. Une sélection des photographes exposés sur les quais et dans les jardins du Musée était exposée à la tour Eiffel, en prolongement du parcours de cette 5e édition de la biennale.

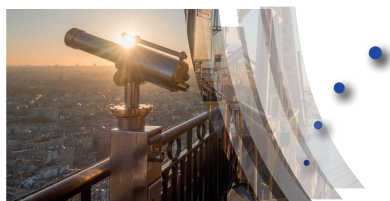
Summer Terrace – June/July/ August

The summer terrace was created with the theme of sustainable development: all the furniture on the terrace were made in France using recycled or recyclable material (recycled wooden pallets, plastic, boat sails, etc.). All the details were arranged to create a delightful area for a break: 5 lounge areas with armchairs, sofas and coffee tables, high bar tables and chairs, swinging communal tables created from about 15,000 plastic bottles, benches, poufs made from about 30m² of sails, and even deck chairs with pedals which allow you to recharge the battery on your mobile device using the power of your calf muscles...

Box hedges added a touch of greenery to the decor, and a big canopy provided visitors with shade. In the evening, LED lighting added a cosy touch. Finally, a 6m-high Eiffel Tower made from pallets (structure in stainless steel) was the subject of many visitors' photos.

Photoquai 2015 - 22nd September / 22nd November

Once again the Eiffel Tower participated in the non-western contemporary photography biennale organised by the Quai Branly museum. In a prolongation of the 5th edition of the biennial, a selection of the photos exhibited on the quays and in the gardens of the museum were exhibited in the Eiffel Tower.



COP 21 – novembre/décembre

À l'occasion de la COP21 et à la demande de la Mairie de Paris, la tour Eiffel a prêté sa silhouette à Paris pour médiatiser son engagement et celui de la France pour cette conférence internationale exceptionnelle. Plusieurs événements se sont succédé entre le 20 novembre et le 12 décembre.

● « EARTH CRISIS »

Installée en avant-première de la conférence internationale, la sphère monumentale baptisée «Earth Crisis» suspendue entre le 2ème et le 1er étage de la Tour affichait 2,3 tonnes et 8 m de diamètre. Imaginée par l'artiste américain Shepard Fairey dit Obey, « Earth Crisis » était un mandala stylisé dont les motifs floraux évoquent l'harmonie avec la nature. Les couleurs du globe mêlant le bleu et le vert faisaient référence à l'air, l'eau et la végétation sans lesquels il n'y aurait pas de vie sur terre. Symbolisant la planète, son décor évoquait des motifs floraux et l'harmonie avec la nature. Les pétales du mandala mettaient également en scène des images évoquant les menaces envers la planète. Une exposition éphémère en plein air au 1er étage a présenté l'œuvre.

● « ONE HEART ONE TREE »

Conçue par l'artiste et architecte belgo-tunisienne Naziha Mestaoui, « One Heart One Tree », était une œuvre d'art monumentale créant une forêt de lumière sur le monument (du 27 novembre au 4 décembre). Les spectateurs, via une application smartphone, créaient virtuellement un arbre à partir d'un capteur de leur battement de cœur. Les projections sur la Tour faisaient apparaître tous les arbres plantés virtuellement ainsi que les prénoms des internautes. Chaque arbre de lumière sera ensuite réellement planté dans les projets de reforestation à travers le monde.

● « HUMAN ENERGY »

Imaginé par l'artiste Yann Toma, « Human Energy » a transformé le monument en une immense antenne énergétique, pour affirmer l'état d'urgence climatique (du 5 au 14 décembre). Ce générateur d'énergie humaine monumentale a comptabilisé l'énergie calorique produite par 75 millions de sportifs dans le monde, grâce à l'application Runtastic, et l'énergie cognitive produite lors du sommet de la Terre, par le décomptage des tweets générés par la COP21. Un compteur d'énergie et des messages comme Climate Sign étaient affichés sur le tablier du 1er étage.

● Soirée des maires au 1er étage de la tour Eiffel, entièrement privatisé pour l'occasion. Dans le cadre de la Cop 21, la Maire de Paris a reçu 800 maires des grandes villes du monde pour la soirée du samedi 5 décembre. Cocktail, musique lounge au salon Gustave Eiffel, concert de jazz au pavillon Ferrié, patinoire, photographie...

La patinoire – décembre (jusqu'au 6 mars 2016)

En clin d'oeil à la COP21, le mobilier était composé de palettes de bois et matériaux recyclés. Une tour Eiffel en bois de 6m de haut permettait des photos souvenir. 3 vélos de bois placés aux abords de la piste de glisse permettaient aux visiteurs de patienter en s'amusant à intensifier l'éclairage de suspensions lumineuses.

COP 21 – November/December

For COP21 and answering the request made by the Mairie de Paris, the Eiffel Tower lent its silhouette to Paris to promote its engagement and that of France for the exceptional international conference. Several events took place between the 20th of November and the 12th of December.

● « EARTH CRISIS »

As a preview of the international conference, the gigantic sphere baptised «Earth Crisis» - weighing 2.3 tons and with a diameter of 8m - was hung between the 1st and 2nd floor of the Tower. Designed by the American artist, Shepard Fairey known as Obey, «Earth Crisis» was a stylised mandala with a floral pattern suggesting harmony with nature. The colours of the globe were a mix of blue and green, a reference to air, water, and vegetation - essential to life on earth. A symbol of the planet, the flowering decoration of the sphere evoked harmony with nature. The petals of the mandala represented images of threats to the planet. A temporary outdoor exhibition on the 1st floor presented the work.

● « ONE HEART ONE TREE »

Designed by the Belgian-Tunisian artist and architect Naziha Mestaoui, «One Heart One Tree» was a monumental work of art recreating a forest of light on the monument (from 27th November to 4th December). Using a smartphone application, spectators could create a virtual tree using a sensor of their own heartbeat. The virtually planted trees with net surfers' names were projected on the Tower. Each «light-tree» will, in fact, be planted in reforestation projects around the world.

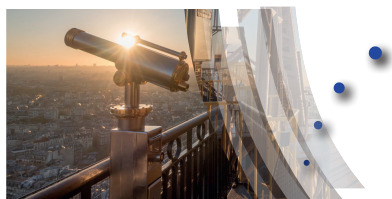
● « HUMAN ENERGY »

Imagined by the artist Yann Toma «Human Energy» transformed the monument into an enormous energy antenna to proclaim the urgency of the climate situation (5th to 14th December). This enormous generator of human energy recorded the caloric energy produced by 75 million athletes in the world using the Runtastic application, and the cerebral energy produced during the Earth summit by counting the tweets generated by COP21. An energy counter and messages like Climate Sign were shown on the deck of the 1st floor.

● For the mayors' evening, the 1st floor of the Eiffel Tower was completely privatised. As part of COP21, the mayor of Paris received 800 mayors of major cities around the world for the evening on Saturday 5th of December. A cocktail reception, lounge music in the Gustave Eiffel reception room, a jazz concert in the Ferrié pavilion, ice-skating rink, photographer...

The ice-skating rink - December (until 6th March 2016)

Echoing COP21, the furniture was made from recycled wooden pallets and materials. A 6-metre Eiffel Tower was installed for souvenir photos. Visitors cycled on three wooden bikes on the edge of the piste while they waited, pedalling to increase the light on the illuminated suspensions.



ILLUMINATIONS SPÉCIALES

Après le 14 juillet qui l'a magnifiée une fois encore, la tour Eiffel a présenté de nombreuses illuminations les derniers mois de l'année. En septembre, pas moins de 3 illuminations ont émaillé le ciel de la capitale, à l'occasion de **manifestations internationales, à l'initiative de la Mairie de Paris ou du quai d'Orsay.**

18 septembre : lancement de l'année France-Corée

Pour l'ouverture officielle de la manifestation, la Tour a dévoilé un spectacle lumineux exceptionnel d'une durée de 6min30sec, alternant les tableaux rendant hommage au pays du matin calme.

Le top a été donné par les ministres français Laurent Fabius, Fleur Pellerin et le premier Ministre coréen depuis le palais de Chaillot.

28 septembre : opération Ruban Rose

En prémices d'Octobre Rose, grand moment annuel de mobilisation et d'information autour du cancer du sein et du dépistage, la Tour s'est illuminée de rose et d'un ruban lumineux.

C'était la deuxième fois consécutive que la tour Eiffel participait cette campagne qui bénéficiait du soutien actif de la Maire de Paris Anne Hidalgo.

30 septembre : message « La mode aime Paris »

A l'occasion de la Fashion Week organisée du 30 septembre au 7 octobre, la Maire de Paris a lancé un son et lumières de 6 minutes depuis le Trocadéro. La Tour, comme au défilé, a changé de nombreuses fois de robes lumineuses. Le message « La mode aime Paris » projeté sur le tablier du 1er étage, a paré la Tour tous les soirs de la semaine, en salut aux artistes.

En signe de deuil après l'attentat perpétré contre les journalistes de « Charlie Hebdo », la tour Eiffel s'est totalement éteinte le 8 janvier 2015 à 20h.

Au cours d'une cérémonie organisée à l'initiative de la Maire de Paris à l'occasion de la commémoration du centenaire du génocide arménien le 24 avril 2015, Mme Anne Hidalgo a symboliquement éteint la tour Eiffel à 22h, pendant 10 minutes.

Juste après les attentats du 13 novembre, la tour Eiffel, fermée, est restée éteinte, en signe de deuil national. Dès le 16 novembre la Tour a pris les couleurs du drapeau national et la devise de Paris «Fluctuat nec mergitur» était projetée sur le tablier du 1er étage. Cet éclairage a été maintenu jusqu'au 25 novembre.

SPECIAL ILLUMINATIONS

The 14th of July illumination which once again enhanced the Tower, was followed by many other illuminations in the last months of the year. In September, three illuminations studded the Parisian sky to announce **international events, initiated by the Mairie de Paris and the Ministry for Foreign Affairs.**

18th September: Launch of the French-Korean Year

For the official opening ceremony of the event, the Tower displayed a remarkable light show of 6 min. and 30 seconds, alternating images which paid tribute to the "Land of the Morning Calm".

The starting signal was given by the French ministers, Laurent Fabius and Fleur Pellerin, and the Korean Prime Minister from the Palais de Chaillot.

28th September: Red Ribbon operation

As a precursor to Pink October, an important annual event of mobilisation and information for breast cancer and diagnosis, the Tower was lit in pink with a luminous ribbon.

It is the second year in a row that the Eiffel Tower has participated in this campaign which is actively supported by the mayor of Paris, Anne Hidalgo.

30th September: message "Fashion loves Paris"

For Fashion Week from the 30th September to the 7th October, the mayor of Paris launched a 6-minute sound and light show from the Trocadéro. In its own fashion show, the Tower changed into different luminous dresses. The message "Fashion loves Paris", projected on the deck of the 1st floor, adorned the Tower every evening during Fashion Week as a salute to the artists.

As a sign of mourning after the attack against "Charlie Hebdo" journalists, all the lights of the Eiffel Tower were turned off at 8.00pm on the 8th of January 2015.

During a ceremony organised by the Mairie de Paris to commemorate the one-hundredth anniversary of the Armenian genocide on the 24th April 2015, Mrs. Anne Hidalgo symbolically turned off the lights of the Eiffel Tower at 10.00pm for 10 minutes.

Just after the attacks on the 13th of November, the Eiffel Tower was closed and the lights switched off as a sign of national mourning. From the 16th of November the Tower bore the colours of the national flag and the motto "Fluctuat nec mergitur" were projected on the deck of the 1st floor. This lighting remained until the 25th of November.