



Rapport d'activités

Annual Report for 2016



LA FRÉQUENTATION DE LA TOUR EIFFEL

NUMBER OF VISITORS TO THE EIFFEL TOWER

5 934 000 visiteurs de la Tour
- 14,2 %



5,934,000 visitors
to the Tower
- 14.2%

La fréquentation 2016 de la tour Eiffel s'établit à **5 934 000 visiteurs, soit une baisse de 14,2% par rapport à 2015**, s'expliquant à titre principal par les événements survenus à Paris en 2015, à Bruxelles et Nice en 2016. Elle est liée à titre subsidiaire à la tenue à Paris de l'Euro 2016 de football.

La répartition des ventes par étage met toujours **le sommet en tête du palmarès avec un taux de fréquentation de 51,1%**, en légère hausse par rapport à 2015.

La visite des 1er et 2e étages (tarif unique) par ascenseur représente 33,1% de la billetterie, soit une hausse de 3 points. L'accès par escalier représente quant à lui 15,8% de la billetterie.

S'agissant des types de clientèles, on remarque que **les réservations du segment Groupe sont moins importantes : 1.014.975 clients (-19%)**. Leur part dans la fréquentation totale atteint 17,1% en 2016, contre 18,1% en 2015.

Au total, **1.288.372 billets ont été vendus sur Internet** (-8,1% par rapport à 2015). Le taux d'achat en ligne est de 9% pour l'ensemble du segment clients individuels, en hausse par rapport à 2015 (+1,1 points).

Les clients et touristes organisent de plus en plus en amont leur séjour, la demande d'achat anticipé ne fait que croître.

The Eiffel Tower welcomed **5,934,000 visitors in 2016, down 14.2% compared to 2015**, mainly due to the events in Paris in 2015, and in Brussels and Nice in 2016. Another lesser factor was the UEFA Euro 2016 held in Paris.

The breakdown by floors shows **the top floor to be the most popular as ever, accounting for 51.1% of sales**, slightly higher than 2015.

Taking the lift to the first and second floors (single rate) accounts for 33.1% of ticket sales, up 3 points. Taking the stairs accounts for 15.8% of ticket sales.

Looking at the types of clientele, there is a **drop in corporate bookings: 1,014,975 clients (down 19%)**, thus accounting for 17.1% sales in 2016, as opposed to 18.1% in 2015.

A total of **1,288,372 tickets were sold over Internet** (down 8.1% par rapport à 2015). 9% of individual clients purchased their tickets online, up 1.1 points compared to 2015.

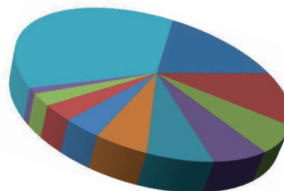
Clients and tourists increasingly plan their trips ahead of time, with advance purchases continuing to grow.

Les visiteurs de la Tour en 2016

Visitors to the Tower in 2016

La part des visiteurs originaires de l'étranger passe de 79,7% en 2015 à 73,3% en 2016. On constate une augmentation de la part des visiteurs français, portée essentiellement par une hausse des visiteurs originaires de province.

The percentage of foreign visitors dropped from 79.7% in 2015 to 73.3% in 2016. The number of French visitors increased, mainly due to more visitors from the provinces.



France 26,7 % France 26.7%	Brésil 2,9 % Brazil 2.9%
États-Unis 11,5 % United States 11.5%	Inde 1,7 % India 1.7%
Royaume-Uni 6,9 % United Kingdom 6.9%	Chine 1,1 % China 1.1%
Espagne 6,8 % Spain 6.8%	Russie 1 % Russia 1%
Italie 6,1 % Italy 6.1%	Autres 43,7 % Others 43.7%
Allemagne 4,3 % Germany 4.3%	

► Enquête de satisfaction 2016

Satisfaction globale : 8/10 (+0,3%)
Taux de satisfaction pour l'accueil et l'amabilité du personnel : 78% (+3%)
Taux de satisfaction du temps d'attente aux caisses : 54%
Taux des visiteurs qui envisagent de revenir à la tour Eiffel : 74,3%
Rapport qualité/prix du billet : 7,2/10 (+0,1%)
Taux de recommandation de la visite de la tour Eiffel : 93,1% (+0,6%)

► Customer satisfaction survey for 2016

Overall satisfaction: 8/10 (+0.3%)
Satisfaction for welcoming and friendly staff: 78% (+3%)
Satisfaction for checkout waiting time: 54%
Number of visitors who intend to return to the Eiffel Tower: 74.3%
Ticket value for money: 7.2/10 (+0.1%)
Recommendation of the Eiffel Tower visit: 93.1% (+0.6%)



L'observatoire des clientèles

Comme en 2015, deux types d'enquêtes ont été conduits en 2016 :

- Une enquête typologique, réalisée dans les files d'attente auprès de 31 000 visiteurs.
- Une enquête de satisfaction réalisée en ligne dans les 48 heures suivant la visite (5 100 visiteurs répondants).

Le niveau de satisfaction se maintient globalement à un niveau élevé en 2016.

Customer watch

As was the case in 2015, two surveys were conducted in 2016:

- a typology survey of 31,000 visitors in waiting lines.
- and an on-line satisfaction survey within 48 hours of a visit (5,100 responses).

Satisfaction levels remain high overall in 2016.

COMPTES DE RÉSULTATS SIMPLIFIÉS 2016 SIMPLIFIED INCOME STATEMENT FOR 2016

Produit d'exploitation	79,69 M€	Operating income	€79.69m
dont chiffre d'affaires	77,78 M€	including turnover	€77.78m
Charges d'exploitation	85,75 M€	Operating expenses	€85.75m
dont frais de personnel	31,24 M€	including staff-related expenses	€31.24m
Redevance Ville de Paris	18,50 M€	Royalties to the City of Paris	€18.50m
Dotations aux amortissements et provisions	17,01 M€	Amortisation and provisions	€17.01m
Résultat d'exploitation	- 6,07 M€	Operating result	€-6.07m
Résultat courant avant impôts	- 5,34 M€	Current pre-tax profit	€-5.34m
Impôts sur les sociétés	0€	Corporate income tax	€0m
Bénéfice net 2016	- 5,31 M€	Net profit for 2016	€- 5.31m

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. Il a été prolongé d'un an en 2015 puis en 2016. L'année 2016 a été marquée par le passage du statut de Société d'Economie Mixte à Société Publique Locale.**

NOTE:

In late 2005, the Paris City Council **delegated a 10-year public service mission to SETE. This was extended for one year in 2015 then again in 2016. In 2016 the firm changed status from Société d'Economie Mixte to Société Publique Locale.**



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DEVELOPMENT OF TURNOVER

La billetterie

La vente des droits d'entrée a **généralisé 62,97 M€ de chiffre d'affaires hors taxes**, en baisse de 4,9 % par rapport à 2015. **Le ticket moyen se situe à 10,77 €** contre 9,71 € en 2015 (+11 %). Cette hausse est le résultat de l'augmentation des tarifs intervenus en septembre 2015 et à l'amélioration du taux de fréquentation du sommet.

Les services aux visiteurs

La redevance totale versée à la SETE par l'ensemble de ses concessionnaires pour 2016 s'élève à **12,55 M€** (12,84 M€ en 2015).

Les concessionnaires et 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 occupants en 2016 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 association : **Airparif**

En 2016, le revenu des concessionnaires est le suivant :

- les restaurants : 8,7 M€
- les boutiques : 4,14 M€
- autres : 1,4 M€

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 accueilli **13.619 invités (-20,6%)** au cours de **110 manifestations** (-33%), représentant un **chiffre d'affaires de 1,09 M€ (-32%)**.

Son activité a été durement affectée par les événements connus en France en 2015 et 2016 avec une réaction immédiate des professionnels de ce secteur.

Ticketing

The sale of admission tickets **generated €62.97m in turnover before tax**, down 4.9% compared to 2015.

The average price of a ticket was €10.77, up from €9.71 in 2015 (an 11% increase). This increase can be explained by the increase in rates in September 2015 and the increase in visitors going to the top.

Visitor services

Total licence fees paid to SETE by concessionaires in 2016 was **€12.55m** (€12.84m in 2015).

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

The tenants in 2016:

- **public organisations**: Paris Prefecture of Police, Paris fire-fighting brigade, the radiation protection and nuclear security institution, and the French meteorological organisation.
- an association: **Airparif**

In 2016, concession-generated revenue was as follows:

- the restaurants: €8.7m
- the boutiques: €4.14m
- others: €1.4m

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 Salon Gustave-Eiffel welcomed **13,619 guests (down 20.6%)** to **110 events** (down 33%), generating **€1.09m (down 32%)**.

Its business was greatly affected by the events in France in 2015 and 2016 with an immediate reaction from professionals in the sector



SERVICES AUX VISITEURS VISITOR SERVICES

Les restaurants

Les restaurants ont connu une baisse notable de 7,2% de leur chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires globale de l'activité est de **39,9 M€**.

Le restaurant « 58 Tour Eiffel » a vu ses produits baisser de 4,2% par rapport à 2015 avec un chiffre d'affaires de 14,9 M€. La baisse d'activité a été relativement maîtrisée grâce à un ticket moyen en hausse de 1 point et une baisse de fréquentation inférieure à celle de la tour Eiffel, 7% contre 14,3%.

Le restaurant « Le Jules Verne » a vu son chiffre d'affaires diminuer de 4,6% à 17,34 M€.

Le bar à champagne du 3e étage a généré un chiffre d'affaires de **0,96 M€, en baisse de 4.3%**.

Enfin, les buffets de restauration rapide connaissent la plus forte chute avec une baisse de 21,3%.

Le « **bar à macarons** » confirme son succès avec un chiffre d'affaires de **0,5 M€,** soit une hausse de 426% qui s'explique en grande partie par l'effet « année pleine » de ce service proposé depuis septembre 2015.

Les boutiques officielles

Les boutiques ont enregistré en 2016 une baisse significative de 16% de leur activité avec **9,86 M€ de chiffre d'affaires**.

Le panier moyen a **progressé de 7,3% pour s'établir à 13,69€** contre 12,76€ en 2015. La dépense moyenne par visiteurs s'élève à **1,69 €, contre 1.72 € en 2015**.

Les autres services

Les autres services (longues vues, visites des coulisses, GAB) ont **baissé de 11% pour approcher les 0,94 M€ de chiffre d'affaires en 2016**.

Toutes ces activités ont pâti de la baisse de fréquentation de la Tour.

Restaurants

The restaurants witnessed a 7.2% drop in their turnover. Overall turnover for the business stood at **€39.9m**.

The restaurant "58 Eiffel Tower" saw a 4.2% drop in its products compared to 2015 with €14.9m in turnover. The drop in business was partly offset by the increase in the average price of tickets increasing by 1 point and a smaller drop in frequentation compared to that of the Eiffel Tower, 7% as opposed to 14.3%.

The restaurant "Le Jules Verne" saw turnover drop 4.6% to €17.34m.

The champagne bar on the 3rd floor generated turnover of **€0.96m, down 4.3%**.

Lastly, the fast-food buffets dropped the most, by 21.3%.

The "**macaroon bar**" consolidated its success with a turnover of **€0.5m**, an increase of 426%, mainly due to the fact that this was the first full operating year after opening in September 2015.

Official souvenir shops

The boutiques registered a significant 16% drop in their business with **€9.86m turnover in 2016**.

The average basket **increase 7.3% to €13.69** as opposed to €12.76 in 2015. Visitors spent an average of **€1.69, as opposed to €1.72 in 2015**.

Other services

The other services (telescopes, behind-the-scenes tours, GAB) **dropped by 11% with nearly €0.94m turnover in 2016**.

All these businesses suffered due to the drop in visitors to the Tower.

LA MAINTENANCE, L'ENTRETIEN, LES TRAVAUX

MAINTENANCE, REPAIRS AND WORKS



Gros entretien - Maintenance

Parmi les opérations notables de gros entretien technique menées en 2016 :

- **Travaux sur les ascenseurs Nord, Est, Duolift 1 et 2, Jules Verne, ascenseur de service.**
- **Concernant les installations électriques**, ont été effectués entre autres : l'achat de 300 lampes, l'entretien du scintillement, l'entretien des postes haute tension, et la remise en état des prises de terre (foudre).
- **Rénovation des équipements de climatisation.**
- **Rénovation du système d'adduction et de distribution d'eau.**

Noteworthy major technical

Significant technical maintenance operations conducted in 2016:

- **Work on the north, east, Duolift 1 and 2, Jules Verne and staff lifts.**
- **Electricity facility maintenance** included the purchase of 300 lamps, light show maintenance, maintenance of high-voltage control houses, and the refurbishment of ground terminals (lightning).
- **Renovation of air-conditioning facilities.**
- **Renovation of the water supply system.**

LES PROJETS D'AMÉNAGEMENT

REFITTING PROJECTS

Concernant les projets d'aménagement menés en 2016 :

- **Études de faisabilité pour le remplacement de l'illumination**
- Réalisation de **l'audit énergétique** obligatoire
- **Rénovation de bureaux au pilier Nord**
- **Schéma directeur général de sécurité et d'évacuation d'urgence** du monument
- **Étude ergonomique pour le nettoyage des vitrages au premier étage** en concertation étroite avec le prestataire de nettoyage de la Tour.
- **Poursuite de l'amélioration de l'accessibilité et de la signalétique** du monument

Refurbishment projects conducted in 2016:

- **Feasibility studies to replace the illuminations**
- **Compulsory energy audit**
- **Renovation of northern pillar offices**
- **Master plan for security and emergency evacuation** from the monument
- **Ergonomics study for window-cleaning on the first floor**, in close collaboration with the Tower cleaning service provider.
- **Ongoing improvements for accessibility and monument signposting**



LES RESSOURCES HUMAINES HUMAN RESOURCES

En 2016, la SETE a employé en moyenne 343 personnes en équivalent temps-plein. L'effectif en contrat à durée indéterminée au 31 décembre 2016 est de 315 (311 en 2015).

La masse salariale brute hors charges patronales 2016 a été de **19.625.292,11 €**, en baisse de 1,97% par rapport à 2015.

L'entreprise a signé plusieurs **accords collectifs** avec l'ensemble des organisations syndicales représentatives en 2016 concernant le nombre de représentants à désigner au CHSCT, l'intéressement des salariés de la SETE ou le protocole de fin de grève du 18 décembre 2016.

In 2016, the SETE had an average of 343 full-time equivalent employees. The number of employees with a long-term contract on the 31st of December 2016 is 315 (311 in 2015).

The **gross payroll** excluding employer charges in 2016 was **€19,625,292.11**, an increase of 1.97% compared to 2015.

The firm signed several **collective agreements** with all represented trade union organisations in 2016 regarding the number of representatives to be designated for the Health and Safety Committee, SETE employee profit-sharing and the protocol ending the 18 December strike 2016.

DROITS D'IMAGE COPYRIGHTS

Le chiffre d'affaires des droits à l'image, des tournages et des produits dérivés s'élève en 2016 à un montant total de **607.342 €**.

Ce résultat est remarquable. Pour mémoire, l'exercice 2015 avait représenté une hausse spectaculaire du chiffre d'affaire (+49,57 %). L'année 2016 est marquée par une consolidation de ces résultats financiers enregistrant **une légère progression de 4,29 %**.

Ce chiffre d'affaires s'explique par une activité toujours très soutenue avec les sociétés de production audiovisuelle. **Les frais de tournages enregistrent malgré tout une légère baisse de 5,85 % pour un montant total de 164.767 €**. La tour Eiffel a accueilli en 2016 quelques longs métrages (la grosse production indienne « Befikre », « Carbone » le dernier film d'Olivier Marchal...).

En 2016, la tour Eiffel fut le décor de tournages plus inattendus : l'émission Danse avec les Stars au deuxième étage, ainsi que le survol de ses abords par un drone pour l'attraction en 3D Skytour.

Un partenariat a également été signé avec Orange pour les illuminations aux couleurs des drapeaux des pays participants à l'Euro 2016.

Les droits à l'image ont enregistré de très bons résultats : une hausse de **11,4 % pour un montant total de 354.550 €**. La tour Eiffel éclairée fut très présente dans des longs métrages (Iris, Ouvert La Nuit, Swagger, Bonjour Anne...) et dans des films publicitaires : l'année 2016 a été marquée par la signature de plusieurs contrats de cession de droits au profit d'annonceurs aussi variés que L'Oréal, Mercedes, Chaumet, Delta Airlines ou encore Apple.

L'activité « produits dérivés » reste stable pour un montant total de **88.025 €**, notamment grâce à un contrat de cession de droits au profit de la marque de puzzles Ravensburger qui commercialise plusieurs modèles reproduisant la tour Eiffel éclairée.

The turnover for image rights, film shoots and by-products came to a total of **€607.342** in 2016.

This remarkable result comes further to a bumper 2015 financial year with a spectacular increase in turnover (up 49.57%). 2016 showed a consolidation of these financial results with a **slight increase, up 4.29%**.

This turnover can be explained by business which remains brisk with the audiovisual production companies. **The costs of shoots nevertheless show a slight drop of 5.85% for a total €164,767**. The Eiffel Tower featured in 2016 in some feature films including the major Indian production Befikre, and Carbone, the latest film by Olivier Marchal.

In 2016, the Eiffel Tower acted as the backdrop for some **unexpected shows**: the programme Dance with the Stars on the second floor, and the flying of a drone over it for the attraction in 3D Skytour.

A partnership was also signed with Orange for illuminations reproducing the flag colours of countries taking part in the UEFA Euro 2016.

Image rights posted excellent results with an increase of **11.4% for a total of €354,550**. The illuminated Eiffel Tower featured heavily in feature films including Iris, Ouvert La Nuit, Swagger and Bonjour Anne, and advertising spots. Several advertising rights contracts were signed, with various companies including L'Oréal, Mercedes, Chaumet, Delta Airlines and Apple in 2016.

The "by-products" business remained stable, posting a total of **€88,025**, thanks especially to a contract transferring rights to Ravensburger to sell several puzzles featuring reproductions of the Illuminated Eiffel Tower.



STRATÉGIE NUMÉRIQUE

L'ensemble des **sites officiels de la tour Eiffel a enregistré 5 148 383 visites.**

La page Facebook a continué son développement sur l'année 2016 **pour dépasser 1,830 M de fans** à la fin de l'année.

Lancé en 2014, le compte officiel Instagram de la Tour compte près de 47 900 abonnés fin 2016. **La tour Eiffel est en 2016 le lieu le plus instagramé au monde !**

En 2016, le compte Twitter a été l'un des comptes Twitter qui ont connu **la plus belle progression, dépassant les 150 000 followers.**

ÉVÉNEMENTS

L'année 2016 a été marquée par de nombreuses illuminations de la Tour, à l'occasion de différents événements survenus à Paris et dans le monde. De nombreuses animations ont également été organisées sur le monument.

PATINOIRE –jusqu'au 6 mars

En clin d'œil à la COP21, le mobilier fut composé de palettes de bois et matériaux recyclés. Une tour Eiffel en bois de 6m de haut servit de photo call. 3 vélos de bois placés aux abords de la piste de glisse permirent aux visiteurs de patienter en s'amusant à intensifier l'éclairage de suspensions lumineuses.

CHASSE AU TRÉSOR - février

Un texte énigmatique qu'aurait caché Gustave Eiffel et que les équipes de la Tour ont découvert, dessine un chemin parsemé d'énigmes et d'indices au 1er étage du monument.

À l'aide du livret-jeu bilingue français/anglais mis gracieusement à leur disposition, les visiteurs collectaient des indices aux quatre coins du 1er étage avec pour objectif de retrouver le « cœur » de la tour Eiffel, où a été caché le fruit des recherches d'un savant fou ...

Les chercheurs du trésor étaient invités à immortaliser leur réussite et à la partager sur Twitter avec @LaTourEiffel et #lecoeurdelatour (#theheartofthetower). Les plus créatifs ont été retweetés sur le compte officiel du monument @LaTourEiffel.

SAINT-VALENTIN : UN PAS DE DANSE SUR UNE MUSIQUE FÉTICHE – 21 février

La tour Eiffel proposait aux amoureux de patiner ou danser sur leur musique préférée et d'immortaliser ce moment privilégié par un mini-clip vidéo de 30 secondes qui leur était offert et à partager largement sur les réseaux sociaux.

DIGITAL STRATEGY

The official Eiffel Tower sites as a whole clocked up **5,148,383 visits.**

The Facebook page continued to develop in 2016 **with over 1,830m fans** by the year end.

Launched in 2014, the Tower official Instagram account boasted 47,900 followers by end 2016. **The Eiffel Tower was the place published on Instagram most often worldwide in 2016!**

In 2016, the Twitter account enjoyed one of **the best increases among Twitter accounts, exceeding 150,000 followers.**

EVENTS

The Tower was illuminated on many occasions in 2016, marking various events occurring in Paris and elsewhere in the world. Many events were organised at the monument.

SKATING RINK –until 6 March

In honour of the COP21 earth summit held in Paris, the installation featured wooden pallet and recycled materials. A 6m wooden Eiffel Tower was used for photo calls. Three wooden bicycles were placed around the rink to entertain waiting visitors who could pedal to boost the fairy lighting.

TREASURE HUNT - February

An enigmatic text supposedly hidden by Gustave Eiffel himself, happened upon by Tower staff, indicating a route dotted with riddles and clues on the 1st floor of the monument.

Using the free booklet available in French and English, the visitors collected clues from all over the first floor to find the "core" of the Eiffel Tower, concealing the results of research conducted by a crazy scientist.

The treasure hunters were invited to log and share their findings on Twitter with @LaTourEiffel and #lecoeurdelatour (#theheartofthetower). The most creative were retweeted on the official @LaTourEiffel account.

VALENTINE'S DAY: DARLING, IT'S OUR SONG! - 21 February

The Eiffel Tower offered lovers a chance to skate or dance to their favourite music and capture the moment in a courtesy mini 30-second video clip to be shared on social media.



LA COMMUNICATION ET LES ÉVÉNEMENTS COMMUNICATION AND EVENTS

DJ SETS DE CHINESE MAN RECORDS - 25 février et 3 mars

Les visiteurs étaient invités à assister gratuitement aux deux concerts, donnés au salon Gustave Eiffel. Au programme LeYan et Skoob le Roi, puis Zé Mateo.

DJ SETS FROM CHINESE MAN RECORDS

25 February and 3 March

Visitors were invited to two free concerts at the Salon Gustave Eiffel, featuring LeYan and Skoob le Roi, then Zé Mateo.

LA VERTICALE DE LA TOUR EIFFEL - 17 mars

Deuxième édition de la course d'escalier de la tour Eiffel, chronométrée, sur le modèle d'un contre-la-montre. Retransmise en direct sur Eurosport, la course a été largement médiatisée dans la presse française et étrangère. Le public présent sur la Tour pouvait assister au passage des coureurs et un écran géant disposé sur le parvis de la Tour permettant aux passants de suivre la course en direct. La remise des prix a eu lieu au Salon Gustave-Eiffel.

THE EIFFEL TOWER VERTICALE - 17 March

A repeat of the race against the clock up the Eiffel Tower stairs. Broadcast live on Eurosport, the race was widely covered in press in both France and abroad. Members of the public present at the Tower could watch the racers and a giant screen on the esplanade outside the Tower broadcast the excitement live to passers-by. The award ceremony took place at the Salon Gustave-Eiffel.



EARTH HOUR – 19 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.

EARTH HOUR – 19 March

Every year, the Eiffel Tower teams up with the WWF's international operation Earth Hour. To mark this event in favour of capping energy use and preserving the planet, the Eiffel Tower suspended its illuminations from 8.30 to 8.35 pm.

UN SQUARE PARISIEN AU 1ER ÉTAGE – du 15 avril à fin mai

Espace de détente avec ses bancs publics, son bar et sa vue imprenable sur la capitale, le square était également un merveilleux terrain de jeux pour les plus jeunes : un pousse-pousse géant, une marelle, et surtout un carrousel de 9 places avaient pris place sur la terrasse.

A PARISIAN GARDEN ON THE FIRST FLOOR –15 April to end May

An area to relax in with its benches, bar and amazing view of the capital city, the garden was also a wonderful play area for littluns with a giant rickshaw, a hopscotch grid, and a 9-seater carrousel on the terrace.





EURO 2016 – 10 juin au 10 juillet

La Tour était au cœur du dispositif avec la Fanzone à ses pieds. Des grands événements ont ponctué le tournoi :

● **LIGHT THE TOWER**

Tous les soirs de matchs, un show lumineux différent était proposé sur la Tour, réalisé par Orange. Un concours organisé chaque jour, via les réseaux sociaux de la marque, faisait voter les fans sur le pays de leur choix. Le drapeau vainqueur de ce vote était projeté sur la Tour.

● **ABRITEL**

Réception, tous les jours de matchs, de clients et d'invités de la marque dans le Salon Gustave-Eiffel aménagé en appartement spectaculaire.

Clou de l'événement : les gagnants d'un concours international ont pu passer une nuit exceptionnelle sur la Tour.

● **CONCERTS**

La Tour a aussi été le décor de deux concerts donnés dans la Fanzone : le concert d'ouverture de l'Euro par David Guetta, avec spectacle lumineux sur le monument.



TERRASSE D'ÉTÉ AU PREMIER ÉTAGE - Juillet, Août, Septembre

La terrasse du 1er étage a été aménagée en espace de détente avec pelouse, haies de lierres, de lauriers, de romarin, banquettes végétalisées et une jolie fontaine.

SPECTACLE PYROTECHNIQUE - 14 juillet

La Tour a été la vedette des festivités données par la Mairie de Paris à l'occasion de la Fête nationale. Précédé par le « concert de Paris » dans le Champ de Mars, le feu d'artifice a été tiré en grande partie depuis la Tour, avec pour thème : « Paris est une fête ».

UEFA EURO 2016 – 10 June au 10 July

The Tower was in the thick of the action with the Fanzone at its foot. Major events took place during the tournament:

● **LIGHT THE TOWER**

Each match night, the Tower laid on a different light show, designed by Orange. Fans could root for their country in a daily competition via the brand's social network, with the winning flag then projected on the Tower.

● **ABRITEL**

Match day receptions for the brand's clients and guests in the Salon Gustave-Eiffel decorated as a sumptuous apartment. The highlight: the winners of an international competition spent a great night on the Tower.

● **CONCERTS**

The Tower acted as backdrop for two concerts laid on in the Fanzone including the Euro inauguration concert with David Guetta, and a light show on the monument.

SUMMER TERRACE ON THE FIRST FLOOR - July, August, September

The first floor was decorated as an area to relax in with a lawn, ivy hedges, laurel and rosemary bushes, benches adorned with foliage and a pretty fountain.

FIREWORKS SHOW - 14 July

The Tower starred in the festivities laid on by the Paris City Council to celebrate Bastille Day. Preceded by the "Paris concert" on the Champ de Mars, many fireworks were fired from the actual Tower, on the theme of "Paris is a party".



LA COMMUNICATION ET LES ÉVÉNEMENTS COMMUNICATION AND EVENTS

DÉBUT DES JEUX OLYMPIQUES À RIO DE JANEIRO - 3 août

Projection du drapeau brésilien

INAUGURATION OF THE OLYMPICS IN RIO DE JANEIRO

3 August

The Brazilian flag was projected on the Tower.

SOIRÉE DE LANCEMENT OCTOBRE ROSE - 26 septembre

Participation de la Tour pour la 3ème année consécutive à la campagne internationale « Le cancer du sein, parlons-en ». Illumination de la Tour en rose de 20h20 à 1h du matin et show lumineux d'1/4 d'heure au lancement, déclenché par la Maire de Paris.

PINK OCTOBER LAUNCH - 26 September

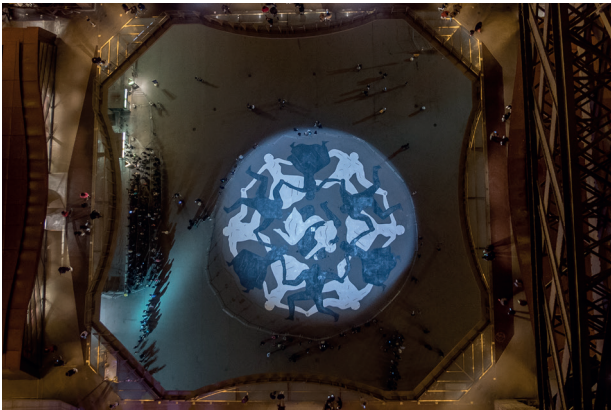
The Tower participated for the third year running in the international breast cancer awareness campaign. The Tower was illuminated in pink from 8.20 pm to 1.00 am and a 15-minute light show was started by the Paris Mayor.

NUIT BLANCHE - 1er octobre

À l'occasion de la Nuit Blanche, la tour Eiffel a dévoilé au centre de son parvis une fresque peinte monumentale de 700 m² signée de l'artiste américain de streetart Cleon Peterson. Intitulée « Endless sleep », elle représentait une danse amoureuse aux accents chamaniques mettant en scène les retrouvailles mouvementées d'un couple qui s'aime. Il a fallu 260 litres de peinture et 300 heures de travail aux 10 peintres qui ont réalisé l'œuvre.

NUIT BLANCHE - 1 October

For Nuit Blanche (Sleepless Night), the Eiffel Tower unveiled a monumental 700-sq.m fresco on its esplanade, by American street art artist Cleon Peterson. Entitled "Endless sleep", it depicted a lovers' dance with Shamanic overtones in which lovers are reunited. 10 painters took 300 hours and used 260 litres of paint to complete the work.



ACCORDS DE PARIS SUR LE CLIMAT - 4 novembre

Illumination en vert

PARIS CLIMATE AGREEMENT - 4 November

Illuminations in green

PATINOIRE DE LA TOUR EIFFEL – 12 décembre 2016 au 19 février 2017

Thème : le hockey sur glace, en lien avec le Championnat du Monde prévu à Paris en 2017

EIFFEL TOWER SKATING RINK – 12 December 2016 to 19 February 2017

Theme: ice hockey, to celebrate the World Championship scheduled to take place in Paris in 2017



ILLUMINATIONS SPÉCIALES

L'année 2016 a été aussi marquée par une série de projections lumineuses sur le monument à l'occasion d'hommages décidés par la Mairie de Paris ou l'État.

22 mars : habillage aux couleurs de la Belgique, en hommage aux victimes des attentats de Bruxelles.

13 juin : illumination aux couleurs de l'arc en ciel en hommage aux victimes de la fusillade d'Orlando (pendant l'Euro 2016).

30 juin : illumination aux couleurs de la Turquie, en hommage aux victimes des attentats de l'aéroport d'Istanbul (pendant l'Euro 2016).

du 15 au 17 juillet : Tour en bleu/blanc/rouge, lors des journées de deuil national, en hommage aux victimes de l'attentat de Nice.

23 juillet : habillage aux couleurs du drapeau allemand en hommage aux victimes de la fusillade de Munich.

14 novembre : extinction de la Tour en soutien aux victimes d'Alep.

SPECIAL ILLUMINATIONS

In 2016 the Paris City Council and the French government paid homage on various occasions with a series of special light shows on the monument.

22 March: illuminations in the colours of the Belgian flag to pay homage to the victims of the Brussels attacks.

13 June: rainbow illuminations to pay homage to the Orlando shooting victims (during UEFA Euro 2016).

30 June: illuminations in the colours of the Turkish flag, to pay homage to the victims of the Istanbul airport attack (during UEFA Euro 2016).

15 to 17 July: Tower in the colours of the French flag, during the national mourning period, to pay homage to the victims of the Nice attack.

23 July: illuminations in the colours of the German flag to pay homage to the victims of the Munich shooting.

14 November: extinction of the Tower in support of victims in Aleppo.

