

LA MISE EN TOURISME DES TERRITOIRES DU GRAND PARIS

RESTITUTION DES TRAVAUX DES ÉQUIPES DE L'AIGP DU 5 JUILLET 2016

(Missions Mai-Juin 2016)

ÉLÉMENTS DE COMPTE RENDU

PROGRAMME

19h00 Accueil

Mireille Ferri, Directrice générale de l'AIGP

Jean-Dominique Piani, Chargé de mission Grand Paris Caisse des Dépôts Ile-de-France

19h30 Restitutions des équipes

Jean-Robert Mazaud et Simon Ronai de l'équipe Antoine Grumbach et Associés, S'PACE et Orgeco

Voir, revoir, et faire valoir le Très Grand Paris

Silvia Casi de l'équipe Atelier Roland Castro, Sophie Denissof et Associés/ Silvia Casi, Jean-Pierre Le Dantec, Berim, Nexity

Grand Paris du tourisme - Ici je suis ailleurs

David Mangin de l'équipe SEURA Architectes

Une hybridation au service des territoires (loisirs, culture, sports, hôtellerie) : l'exemple du territoire Villepinte-Le Bourget

Elizabeth de Portzamparc de l'équipe Agence 2Portzamparc

Vers une économie touristique soutenable, application aux Iles de la Seine

William Yon de l'équipe DPA (DPA/ Dominique Perrault + Une fabrique de la ville)

L'hôtel métropole, une innovation au service du tourisme, préfaisabilité, territoires d'implantation

20h45 Intervention **Robert Spizzichino**, membre du Conseil Scientifique de l'AIGP : La contribution de l'AIGP à l'élaboration d'une politique touristique pour le Grand Paris

21h00 Débat avec la salle

21h30 Fin de la restitution

Retrouvez les travaux des équipes, les diaporamas projetés lors de cette restitution, l'ouvrage publié à l'issue de la journée d'études du 21 Janvier sur le même thème et un dossier numérique contenant de nombreux documents et des sources bibliographiques sur le site internet de l'AIGP :

www.ateliergrandparis.fr/tourisme/

I- Résumé des introductions :

Mireille Ferri, Directrice générale de l'AIGP

« Le travail qui a été fait à propos du « tourisme métropolitain » s'inscrit déjà dans les principes qui vont régir la nouvelle étape du fonctionnement de l'AIGP : Association en amont des partenaires intéressés, coopération étroite avec des organismes de recherche et les milieux économiques concernés, action conduite sur la durée avec des évaluations intermédiaires, véritables recherches-actions qui mêlent des approfondissements conceptuels avec des applications territorialisées. Le choix du thème tourisme nous est apparu intéressant parce que se situant au confluent d'un sujet économique important et d'une contribution à l'identité métropolitaine, le tout au regard d'une problématique d'aménagement en pleine évolution. »

Jean- Dominique Piani, Chargé de mission Grand Paris Caisse des Dépôts Ile-de-France

« La Caisse des dépôts, en particulier via sa direction régionale Ile de France, a souhaité s'associer dès le départ à la démarche proposée par l'AIGP, pour deux raisons essentielles :

- Ses contacts permanents avec les élus et sa connaissance de leurs projets montre l'importance du tourisme et des loisirs dans les politiques territoriales
- La gestion d'une plateforme d'investissements consacrée au tourisme, France Développement Tourisme, l'amène à être au plus près des lieux où se fabriquent les projets de l'avenir touristique »

II- Quelques leçons méthodologiques tirées des travaux des équipes de l'AIGP à propos du « tourisme métropolitain »

L'organisation des échanges avec les professionnels du tourisme

Un groupe de professionnels du tourisme (secteur public et secteur privé) a été associé aux travaux lors de la séance de lancement, puis lors d'un point à mi-parcours. Ils ont émis un certain nombre de recommandations qui, pour la plupart, ont été prises en compte. Il en a été de même pour des représentants de membres du Conseil d'Administration de l'AIGP (Société du Grand Paris, Ville de Paris, Ministère de la Culture, Plan Construction...), ce qui a permis à ces instances sur des usages possibles des résultats.

Durant les travaux, des contacts de professionnels référents ont été fournis aux équipes afin de cadrer la faisabilité de leurs propositions ? Certaines les ont utilisés, d'autres pas ; la durée très courte des travaux expliquant sans doute cela. On pourra sans doute perfectionner cette démarche.

L'alliage des concepts et des illustrations territoriales

Chaque équipe avait avancé un concept : hybridation, identité métropolitaine par un tourisme circulaire et soutenable, les disruptions dans les processus de mise en tourisme des territoires, le retournement des situations urbaines, les habitants temporaires des métropoles. Les travaux ont à la fois cherché à mieux cadrer le concept et aussi à en vérifier l'applicabilité sur un territoire démonstrateur, et si possible sur un futur Hub du Grand Paris.

La démarche n'a pas été toujours simple du fait de la durée courte de la mission ; mais l'interaction a en fait été permanente et non séquentielle entre ces deux phases et a pu produire le contenu d'une vraie recherche-action.

Il sera intéressant d'approfondir de telles méthodologies dans des travaux plus substantiels

La dimension innovation

En dehors de l'équipe Mazaud-Ronai dont les travaux portaient spécifiquement sur les innovations possibles en matière de tourisme au service d'un Très Grand Paris, il avait été demandé aux équipes d'insérer une dimension innovation dans leurs recherches. On a pu constater qu'au-delà de la créativité naturelle des équipes, un tel processus devait s'organiser dès l'amont de manière rigoureuse ; et cela n'a pas vraiment été possible dans notre cas.

Une certaine convergence des travaux

Certes, les équipes ont pu échanger entre elles durant les réunions de lancement et de rendus intermédiaires. Et plusieurs fois, lors de la séance du 5 juillet, des allusions ont été faites aux travaux d'autrui. Mais l'échéancier ne laissait aucune place au travail collectif inter-équipes.

Pourtant, ce que chacun a pu remarquer lors de la séance de restitution, c'est qu'il existait une espèce de socle de valeurs communes entre les équipes, malgré leur diversité de sujets et de cultures :

- Le refus du pharaonique
- La valorisation de l'existant
- L'ancrage dans les territoires et la reconnaissance de leurs capacités
- Le refus des périmètres figés
- La prise en compte du multiculturalisme
- La volonté de prendre en compte les quartiers populaires pour les intégrer aux perspectives métropolitaines
- Etc.

Il ne faut pas oublier en effet que ces équipes ont en commun 4 années de travaux en parallèle sur des thèmes fondamentaux comme l'habiter, l'analyse des systèmes métropolitains, la prise en compte des exigences du développement soutenable, la recherche de l'identité métropolitaine, Cela explique sans doute de telles convergences

III- Principaux points de débat

Sans pouvoir citer les riches interventions des participants au débat, on peut indiquer les intitulés des principaux points de débat :

- Comment concrètement établir des relations entre le Grand Paris et ce qui s'entreprind dans d'autres territoires du Très Grand Paris (exemples de Reims et de Lille) ? Le Grand Paris du tourisme existe déjà et s'appelle châteaux de la Loire, Bourgogne, Mont Saint Michel, Bruges... Il est plus ou moins bien exploité et devra coexister avec le nouveau Grand Paris touristique que les travaux des équipes ont révélé.
- La nécessité de rechercher sur des territoires fréquentés par des touristes une mise en synergie de proximité entre hébergements, services, équipements culturels, petits bistros...
- La question de la gouvernance dans l'élaboration d'une politique de mise en tourisme des territoires. Comment y associer les territoires, mais aussi les associations, le secteur privé ? On a souligné l'intérêt du contrat de destination et de son pilotage, qui peut constituer des points d'appui utiles.
- La critique du projet Europa City qui semble être très éloigné des éléments mis en avant par les travaux des équipes
- L'utilisation et les suites à donner pour les travaux de l'AIGP sur le tourisme : cela peut concerner la métropole, la région, le bassin parisien, mais aussi de manière plus opérationnelle les territoires choisis comme démonstrateurs par les équipes

IV- Comment résumer la contribution de l'AIGP à l'élaboration d'une politique touristique pour le Grand Paris.

1. Les acquis de la journée du 21 janvier et de ce qui l'a entourée

- L'importance et l'urgence de définir une politique touristique pour le Grand Paris (ou le Très Grand Paris) pour au moins 2 raisons :
 - L'enjeu pour l'économie et l'emploi : La destination doit maintenir son rang face à des vents contraires
 - La démonstration faite que le tourisme pouvait largement contribuer à « faire métropole » si on mobilisait ses acteurs et les territoires à cet effet ; le regard des autres nourrit l'identité.
- Le fait qu'une telle politique ne se limitera pas à un élargissement territorial, mais qu'elle devrait aussi prendre en compte voire anticiper les mutations fortes en cours dans les domaines tourisme et loisirs. « *Le Très Grand Paris du tourisme est dans une situation paradoxale qui l'oblige à renouveler la notion de territoire et de destination* » (équipe Mazaud)
- Paris est en premier lieu concerné par cette politique, certes parce que son pôle touristique est incontournable, mais aussi et surtout parce qu'il possède encore bien des ressources territoriales qui restent encore à révéler et à valoriser
- La nécessité de mettre en place un pilotage innovant multi partenaires pour la définition et la mise en œuvre d'une telle politique et de s'appuyer sur les innovations en cours dans l'industrie touristique

2. Les travaux réalisés par l'AIGP (ouvrage, dossier numérique, missions complémentaires) apportent des éclairages intéressants sur certains aspects de cette politique en relation avec ses métiers.

2.1- Le concept de mise en tourisme des territoires a été illustré et consolidé :

- Une identification des ressources, et notamment des ressources cachées
- Une analyse de leur accessibilité et des relations avec les hébergements
- Une valorisation ou une revalorisation de ces ressources pour qu'elles racontent des histoires et qu'elles fassent sens
- La formalisation d'un projet touristique adapté à partir de leur mise en synergie possible
- La mobilisation des forces vives territoriale autour de ce projet
- La mise en musique : animation, marketing...

Il s'agit d'ancrer le développement touristique dans une culture territoriale, et de l'intégrer comme dimension dans des projets de développement et d'aménagement. Le GPE peut être un accélérateur à cet effet. Les travaux de S. Casi, de D. Mangin et d'E. de Portzamparc vont dans ce sens et fournissent des méthodologies précieuses. Les JO, l'Expo 2025, et la mise en œuvre de la COP 21 au sein des territoires sont de formidables opportunités à cet effet

Remarque importante : dans un premier temps, il est possible de partir de la constitution d'une offre sans pour autant négliger la demande.

2.2- L'innovation doit être le fer de lance d'une telle politique (voir travaux J.R. Mazaud, D. Mangin et DPA) :

Il faut partir des disruptions identifiées chez les différentes clientèles touristiques ainsi que dans les sociétés pour innover dans les hébergements, dans les services, dans la mobilité, et aussi dans les modes opératoires.

2.3- Les grands parisiens doivent être associés à cette politique

- S'appuyer sur la richesse des initiatives culturelles et citoyennes en cours
- Ce sont eux les agents de l'hospitalité métropolitaine
- Répondre à des besoins de loisirs à des prix abordables et aux nouvelles pratiques de tourisme de proximité

3- Et maintenant que faire ?

L'AIGP a rempli son rôle de mise en perspective et de passeur sur un sujet trop négligé et pourtant essentiel, d'intérêt commun et stratégique ; il faut que d'autres s'en emparent, l'AIGP poursuivant dans un rôle de plateforme de ressources et de facilitateur de partenariats et non plus de maître d'ouvrage de recherche et d'études

Quelques exemples d'actions possibles par les acteurs publics et par les professionnels concernés :

- L'insertion d'une dimension mise en tourisme dans l'appel à projets sur les Hubs internationaux
- Des opérations exemplaires de mise en tourisme dans la continuité des territoires démonstrateurs choisis par les équipes
- La prise en compte de l'hospitalité métropolitaine dans le projet stratégique du Grand Paris
- Un programme d'innovation touristique dans le cadre des investissements d'avenir, pas seulement dans le numérique ; on peut penser aussi au fluvial, aux hébergements, aux modes de transports, à la signalétique, aux systèmes d'information, ...
- Un évènement phare permettant de mettre en récit cette offre nouvelle encore peu connue
- Etc.