

Equipe Interdisciplinaire de **RE**cherche **S**ur le **T**ourisme (**EIREST**)

Institut de **R**echerche et d'**E**tudes Supérieures du **T**ourisme (**IREST**)

Université PARIS 1 PANTHEON-SORBONNE

Appel à communications au colloque

PARIS, TOURISME et METROPOLISATION

Echelles, acteurs et pratiques du tourisme

d'une « destination capitale »

Jeudi 24 et Vendredi 25 juin 2010

Sorbonne

- **PREMIERE CIRCULAIRE** -

Paris, Paris métropole, Grand Paris, Seine métropole : quels tourismes ?

La vitrine touristique de Paris n'est plus à démontrer : ses 27 millions de visiteurs¹ sont le signe d'un dynamisme touristique certain, et permettent à Paris d'afficher le label de « capitale mondiale du tourisme ». Elargie à la région, avec 44 M de visiteurs², la « destination Paris » est l'affirmation d'une destination métropolitaine dans son ensemble.

Dans un contexte de concurrence territoriale internationale, la pérennisation et le développement de cette renommée, à l'échelle nationale et internationale, demeurent une préoccupation constante.

La question des territoires, des échelles et des synergies d'acteurs est étroitement liée aux destinées touristiques de l'agglomération parisienne. Paris correspond en effet à un périmètre trop restreint par rapport aux dynamiques métropolitaines, y compris touristiques.

Face au besoin de renouvellement et de diversification des images touristiques du Paris *intra muros*, il s'agit de saisir l'opportunité du jeu des échelles du Paris-métropole en tant que multiplicateur du tourisme parisien. Á l'heure des nouveaux regroupements territoriaux et des grands projets, ce processus doit permettre de renforcer, de développer et de diversifier l'attraction non seulement de Paris mais de sa région métropolitaine, relevant ainsi le défi de rester une des premières destinations mondiales.

Dans ce contexte, la place du tourisme et des loisirs est importante ; elle ne peut qu'accompagner le grand pari de l'agglomération parisienne. **Plus qu'un facteur lié aux**

¹ Source : <http://www.paris.fr/portail/viewmultimediacdocument?multimediacdocument-id=33133>

² Idem

enjeux de la métropolisation, l'hypothèse du tourisme et des loisirs comme accélérateur, voire producteur de métropolisation, est aujourd'hui à retenir. Au regard de cette hypothèse, il convient de saisir et d'analyser les modalités et les expressions de cette relation dans toute leur diversité.

Le tourisme a joué un rôle important dans la production de nouvelles centralités, à la fois en termes de mise en valeur des quartiers centraux, de requalification du patrimoine et de densification. De manière plus générale il est producteur d'évolutions et de mutations, voire de production d'espaces : émergence de nouveaux lieux touristiques, création de nouveaux pôles (parcs de loisirs ou à thèmes), phénomène d'exurbanisation, reconquêtes territoriales (anciens quartiers dégradés, friches urbaines). **En ce sens le tourisme à Paris est non seulement un facteur de réécriture de « la ville sur la ville » (densification) mais il est aussi un facteur d'occupation, de requalification et de création d'espaces périphériques (occupation d'espaces interstitiels).**

Comment le tourisme permet-il de renégocier les limites d'une ville administrativement enfermée dans un périmètre rigide ? Quelle est la réalité de ses périmètres pour les visiteurs de l'agglomération parisienne ? Les enquêtes montrent que le plus souvent ces découpages sont ignorés par les touristes : pour le visiteur, le Stade de France fait partie de l'offre parisienne (sportive, ludique, événementielle) ; Roissy fait office de « Porte de Paris ». Par conséquent, si les modalités des relations touristiques entre les différents territoires métropolitains méritent d'être pleinement étudiées, Versailles, la Défense ou encore *Disneyland Paris* sont intrinsèquement liés au produit touristique parisien.

La question touristique ne constitue-t-elle pas un paramètre de calibrage, de « bonne maille » métropolitaine ?

En ce sens, l'apport du tourisme dans le dessin d'un nouveau périmètre de Paris - vécu, sensible et imaginaire – devient un élément important à interroger.

OBJECTIF DU COLLOQUE

La bibliographie aborde peu la prise en compte des activités touristiques et récréatives dans l'aménagement global des métropoles. Elle s'est peu attachée à cerner en quoi le tourisme constitue actuellement un des indicateurs fondamentaux de la métropolisation - même s'il est incontestable que les grandes métropoles sont dans la plupart des cas des grandes destinations touristiques.

Par conséquent l'objet du colloque n'est pas de développer une réflexion sur le tourisme urbain ou métropolitain en tant que tel. Plusieurs colloques ont abordé cette question du tourisme urbain et ont réussi à y apporter des éclairages nouveaux. Il s'assigne comme objectif d'explorer les relations entre le tourisme et la métropole parisienne (relation forte et diversifiée tant par les pratiques que par les approches catégorielles) : en quoi le tourisme alimente-t-il le processus de métropolisation, dans quelle mesure en résulte-t-il ? Comment s'articule-t-il au territoire parisien métropolitain ?

Le colloque vise ainsi à comprendre et à analyser d'une part de quelle manière le tourisme profite du processus métropolitain et, d'autre part, de quelle manière il est producteur de

métropolisation. Il invite ainsi à revisiter la relation du tourisme à l'espace, l'économie, la société des territoires métropolitains parisiens.

Le colloque fait l'hypothèse que Paris et son aire métropolitaine constituent pour le tourisme un « laboratoire » privilégié (historicité, diversité de l'offre, métropole en « recomposition » politique) pour l'analyse de questionnements scalaires, administratifs, économiques qui se posent à des degrés différents dans d'autres métropoles occidentales. Les analyses comparatives sur les rapports entre tourisme et métropolisation à Paris et dans d'autres territoires métropolitains sont en ce sens à privilégier.

Plusieurs questions clés structureront les ateliers du colloque :

Le tourisme s'affirme dans les métropoles, ce qui implique d'en analyser les lieux, les pratiques et les fonctions.

1. IMAGES ET IMAGINAIRE PARISIEN, HIER ET AUJOURD'HUI

« L'attractivité de la métropole parisienne est probablement sans égal dans le monde. C'est la destination urbaine la plus désirée au monde et tout pays qui s'ouvre au voyage met Paris et plus généralement l'Europe dans son premier voyage »³.

L'image de Paris fonctionne en effet comme un label et contribue incontestablement à l'attractivité touristique parisienne. Un imaginaire fort est produit, depuis les débuts des mobilités touristiques dans la capitale il y a maintenant plus de deux siècles. Le tourisme métropolitain parisien se nourrit toujours de cet imaginaire parisien – souvent passéiste, construit autour des images héritées du XIX^e siècle ou de la 1^{ère} moitié du XX^e siècle – partiellement déconnecté des pratiques touristiques qu'il alimente.

Celui-ci, est désormais concurrencé, voire en conflit, avec un imaginaire plus récent construit autour des images thématiquement et spatialement plus diversifiées. Or, certains territoires, tels que la banlieue, semblent toujours peiner à développer un imaginaire touristique propre malgré une offre touristique de plus en plus étoffée.

Quels sont les « fabricants » d'imaginaires et quel est le rôle joué par les médias, et notamment par le cinéma ou par les guides ?

De la même manière qu'il est conditionné par les imaginaires touristiques métropolitains, le tourisme peut contribuer à leur redéfinition. C'est cette relation dialectique entre imaginaire et territoire métropolitain que cherche à interroger cette thématique du colloque.

2. QUELLE GOUVERNANCE TOURISTIQUE POUR PARIS METROPOLITAIN ?

Face à un contexte en évolution rapide, le tourisme peut devenir moteur du dynamisme urbain et alimenter la métropolisation, confirmant ainsi la double dimension (polarisation et rayonnement) qui la caractérise. Quelle est la place du tourisme dans la gouvernance métropolitaine ?

³ Paul Roll, Directeur de l'Office de Tourisme de Paris

Les mécanismes qui conditionnent le rayonnement touristique métropolitain sont liés aux acteurs qui se positionnent à des échelles différentes qui transcendent les périmètres administratifs existants. Le tourisme étant mobilité, il est par essence un facteur qui interroge les découpages et qui incite à des croisements et des échanges entre acteurs.

La place des acteurs est essentielle dans cette réflexion : il convient d'analyser la manière dont le tourisme est pris en compte par les acteurs de la métropole parisienne (les politiques, les institutionnels, les professionnels, les touristes, les habitants).

Quels réseaux et regroupements d'acteurs émergent à la faveur d'une dilatation des espaces du tourisme ? Se structurent-ils selon des découpages administratifs préexistants, aboutissant à une fragmentation de la gouvernance touristique, ou partagent-ils un territoire unifié ? Des évolutions organisationnelles, tant parmi les acteurs publics ou privés, accompagnent-elles le développement d'un Grand Paris touristique ?

3. TOURISME ET AMENAGEMENT DU TERRITOIRE METROPOLITAIN PARISIEN

Le tourisme soulève des défis nouveaux pour l'aménagement métropolitain (la question des transports, de l'accessibilité, des conflits d'usage de l'espace, les pressions foncières et immobilières pour n'en citer que quelques uns).

Il prend, d'une part, une place de plus en plus importante dans les scénarios d'aménagement des quartiers *intramuros* et d'autre part, il participe à la réflexion de la requalification des territoires périphériques.

Il contribue en ce sens à la construction des projets métropolitains : il intervient dans la redéfinition de nouveaux liens territoriaux tout en érigeant de nouvelles frontières, « internes » et « externes ».

Plusieurs questions méritent d'être traitées au sein de cette thématique :

Quelle est la place du tourisme dans les projets urbains en cours ou futurs du Paris métropolitain ? De manière plus générale, quelle est sa place, dans les débats sur la définition des limites de la future entité administrative ?

De quelle manière le tourisme permet-il, par la mise en place de nouveaux territoires touristiques (quartiers requalifiés, périphéries partiellement intégrables dans la « touristicité métropolitaine », friches requalifiées, réserves forestières, parcs de loisirs), la création de nouveaux liens territoriaux ? Comment intervient-il dans le développement de synergies territoriales ? Dans quelle mesure peut-il devenir au contraire un facteur de cloisonnement territorial ?

4. LES MOBILITES D'AFFAIRES, MOTEUR DE METROPOLISATION ?

Les mobilités d'affaires constituent un puissant moteur de l'activité économique parisienne. Il n'est plus à prouver que la métropole parisienne, première destination de congrès à l'échelle mondiale, dispose d'un appareil étoffé à destination des mobilités d'affaires. Mais face à la question de la construction du projet métropolitain, il s'agit de réfléchir sur l'apport spécifique des mobilités d'affaires. Dans quelle mesure celles-ci s'approprient-elles les territoires métropolitains ? Comment s'articule sur le terrain l'offre destinée aux hommes d'affaires, en déplacement dans la capitale, avec celle destinée au tourisme d'agrément ? Les pratiques des uns et des autres (mobilités d'affaires et tourisme d'agrément) s'inscrivent-elles à la même échelle métropolitaine ?

Quelle est l'échelle de déploiement des pratiques récréatives qui accompagnent les mobilités d'affaires parisiennes ?

Quel est l'impact des mobilités d'affaires sur la création ou la consolidation de nouvelles centralités métropolitaines ? De quelle manière ces centralités se superposent-elles aux centralités culturelles ou commerciales ?

5. METROPOLITE, CREATIVITE, FESTIVALISATION

Les activités de tourisme et de loisirs ont un effet d'entraînement non négligeable sur le plan culturel.

Les équipements conçus pour répondre à la demande touristique sont rarement exclusifs au public touristique. Ils s'ouvrent au contraire à la population locale, contribuant ainsi à étoffer l'offre ludique, récréationnelle ou/et culturelle métropolitaine. A l'inverse, les équipements culturels et ludiques imaginés pour les populations locales sont appropriés, souvent de manière inattendue, par les touristes et les visiteurs. Ils participent ainsi à l'émergence d'une ville ludique et festive, tout en assurant le rôle d'un accélérateur culturel.

Il importe ainsi d'analyser la part des décisions et arbitrages à motivation touristique dans l'offre culturelle et récréative métropolitaine : de quelle manière les nouvelles pratiques touristiques redessinent-elles de nouveaux territoires au-delà des limites territoriales institutionnelles ? Les nouveaux lieux du tourisme, créateurs de brassages interculturels, favorisent-ils la régénération des quartiers ?

Quels sont les rapports entre la métropole touristique parisienne et les festivités ou les événements ? Quel en est l'impact ? Quels sont les territoires des pratiques touristiques axées sur l'événementiel, le festif ou le « *fun shopping* » ?

6. TOURISME ET VIE PERMANENTE

Comment cohabitent tourisme et vie permanente au sein des différents territoires urbains ? Les touristes parisiens partagent le territoire métropolitain : moyens de transport, infrastructures des habitants, ... Les réseaux de transports collectifs (bus, métro, tramway, RER), auxquels s'ajoute depuis 2007 le vélib', véhiculent les visiteurs d'un site à visiter à l'autre. Le visiteur tisse son appropriation de l'espace dans le tissu urbain parisien. Pour ne prendre que cet exemple, les touristes partagent les mêmes moyens de transports que les habitants sans pour autant partager leurs temporalités et rythmes. Les occasions de « cohabitation » sont multiples mais encore très mal connues. Les représentations des touristes sur les parisiens sont fréquemment publiées à l'occasion de tel ou tel sondage. Parallèlement, peu d'études permettent de savoir aujourd'hui, de quelle manière, à quelles occasions, sur quels territoires se tissent les rencontres (d'usage, amicales ou conflictuelles) entre les habitants de la métropole parisienne et ses visiteurs. La notion de coproduction/cofréquentation de l'espace alimente cette réflexion sur le partage des lieux et des pratiques, sur les lieux alternatifs.

L'analyse des nouveaux produits tels que le *Couch Surfing* ou le tourisme alternatif (« *Visit the French* », etc.) pourrait permettre d'apporter de nouveaux matériaux d'analyse.

Y a-t-il des effets d'entraînement entre pratiques ludiques des habitants et développement de nouveaux territoires touristiques ?

Par ailleurs, comment cerner le phénomène qui fait que les « grands métropolitains » se sentent « visiteurs » voire « touristes » dans les quartiers hypercentraux ?

7. PRATIQUES TOURISTIQUES METROPOLITAINES

Les pratiques touristiques métropolitaines en général et parisiennes en particulier demeurent peu étudiées par les chercheurs et peu connues. Il s'agit d'un véritable paradoxe pour une capitale touristique de premier ordre, constituant probablement un trop gros objet.

Que visitent les touristes ? Sur quelles modalités reposent leurs pratiques de visite ? Selon quels rythmes, quels itinéraires, quels choix ? De quelle manière construisent-ils et s'approprient-ils les parcours effectués ? Quelle est la place de Paris *intra muros* par rapport aux autres territoires visités ? On sait que plus que la moitié de ceux qui visitent *Disneyland Paris* ne se rendent pas à Paris *intramuros* – ce qui en dit beaucoup sur les pratiques touristiques métropolitaines - mais on a peu de connaissances sur les rapports entre les autres pôles d'attraction touristiques métropolitains et la ville-centre.

Peu d'études permettent par ailleurs de connaître de manière fine l'interconnexion entre les différentes pratiques touristiques (ou relevant d'autres mobilités) et l'impact de ces pratiques à la fois en termes spatiaux, économiques, sociaux.

Les nouveaux réseaux de lieux construits par ces nouvelles pratiques se traduisent-ils par de nouveaux regroupements d'acteurs ou de nouveaux produits ?

8. TOURISME METROPOLITAIN et INNOVATION

Quelles sont les actions innovantes dans le champ du tourisme à Paris ? Plusieurs acteurs de la métropole parisienne (et notamment des opérateurs de transport) emploient des outils qui sans être forcément touristiques peuvent apporter des approches innovantes dans la prise en compte du tourisme parisien, de sa gestion, de ses mesures, de son observation.

Inversement, on pourrait faire l'hypothèse que le tourisme peut être vecteur d'innovation en termes d'aménagement spatial, de prise en compte des flux, de transports...il serait ainsi important d'analyser la manière dont le développement touristique métropolitain est en mesure d'impulser des approches innovantes en termes spatiaux, sociaux ou économiques.

9. ECONOMIE TOURISTIQUE METROPOLITAINE. ATTRACTIVITE ET CONCURRENCE

Outre les emplois directs et indirects, le tourisme joue un rôle central dans le rayonnement et l'attractivité métropolitaine parisienne.

La concurrence se fait toutefois de plus en plus vive. Que va devenir Paris face à Pékin ou Shanghai au cours des années à venir ? Et de quelle manière la mise en place d'un produit touristique territorialement élargi permettrait-il de jouer la concurrence ?

Quelles sont les composantes aujourd'hui pertinentes d'un indicateur de compétitivité touristique internationale pour la destination ? Quelle place pour les mobilités d'affaires ? Quelle place pour le tourisme de *shopping* ? Quelles contraintes de capacité peuvent être générées par une attractivité croissante : capacités hôtelières, aéroportuaires ... ? Quelles externalités sont susceptibles de générer l'élargissement touristique de la destination : conflits d'usage de certains lieux (dessertes RER, aéroports), accès aux infrastructures (routières), stationnement ? Quelles priorités ?

Face à la concurrence de métropoles émergentes en Europe, en Amérique Latine, en Asie ou au Moyen Orient, la mise en réseau des acteurs du tourisme est primordiale. Le *cluster* de

tourisme devient un élément central de la compétitivité d'une destination mais est encore peu étudié. Un autre objet d'étude de cette session est celui de la mise en place de produits touristiques territorialement élargis. Ceux-ci permettraient-ils de faire face à la concurrence d'autres métropoles ? Enfin, on s'intéressera également au caractère pérenne de l'attractivité de la métropole parisienne. Pour cela, une interrogation sur les critères même de l'attractivité touristique est indispensable.

ORGANISATION

Ce colloque international s'inscrit dans les activités de l'équipe d'accueil de doctorants EIREST (Equipe Interdisciplinaire de Recherche Sur le Tourisme – Université Paris1 – Panthéon-Sorbonne), reliant métropolisation et tourisme. Il a pour ambition de permettre la confrontation des recherches dans une **visée interdisciplinaire**.

L'approche interdisciplinaire est donc au cœur de cette réflexion, elle se positionne comme un outil spécifique permettant d'appréhender la place et les enjeux de Paris, capitale touristique dans la construction voire la production de la métropolisation dans les sciences sociales aujourd'hui. Cette visée interdisciplinaire devrait permettre aux discussions qui sont habituellement menées au sein d'une discipline de passer outre les frontières disciplinaires et de dépasser la vision passéiste du tourisme urbain articulé entre centre et périphérie pour saisir la capacité du tourisme à construire et alimenter le processus de métropolisation. Enjeux d'échelles et enjeux méthodologiques sont donc en débat.

Ce colloque aspire ainsi à renouveler l'approche des pratiques et des politiques touristiques urbaines/métropolitaines, mais également à impliquer dans le débat les représentants des collectivités territoriales et les acteurs professionnels.

L'exemple de Paris permet d'interroger la notion de « métropolisation touristique » pour tenter d'en saisir les réalités, tout comme les ambiguïtés, voire les dysfonctionnements et d'en comprendre les enjeux.

RESPONSABLES SCIENTIFIQUES

Maria GRAVARI-BARBAS, géographe, directrice de l'IREST, Université Paris 1, directrice du laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Edith FAGNONI, géographe, MCF à l'IUFM, Université Paris-Sorbonne, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Nathalie FABRY, économiste, MCF-HDR Université Paris-Est, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

COMITE SCIENTIFIQUE

Gérard BEAUDET, urbaniste, directeur de l'Institut d'urbanisme de l'Université de Montréal

Alain BOURDIN, Sociologue, professeur à l'Institut Français d'urbanisme, Université Paris 8.

Xavier DECELLE, économiste, MCF à l'IREST, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Jocelyne DUBOIS-MAURY : urbaniste juriste, professeur à l'Institut d'Urbanisme de Paris, Université Paris 12 Val de Marne

Nathalie FABRY, économiste, MCF-HDR Université Paris-Est, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Suzan FAINSTEIN, géographe, Département of Urban Planning and Design, Harvard University Graduate School of Design

Edith FAGNONI, géographe, MCF à l'IUFM, Université Paris-Sorbonne, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Antoine FLEURY, Chargé de Recherche CNRS

Maria GRAVARI-BARBAS, géographe, directrice de l'IREST, Université Paris 1, directrice du laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Luc GWIAZDZINSKI, géographe, MCF à l'Institut de Géographie Alpine

Anne-Marie HAUTESERRE, directeur du programme de tourisme, département de Géographie, Tourisme et Planification pour l'Environnement, Faculté des Lettres et Sciences Sociales, Université de Waikato, Nouvelle Zélande

Patrizia INGALLINA, géographe, urbaniste, professeur à l'Université de Lille.

Sébastien JACQUOT, géographe, MCF à l'IREST, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Jean LATERASSE, économiste, professeur à l'Université de Marne-la-Vallée, directeur du laboratoire « Ville Mobilité Transport »

Isabelle LEFORT, géographe, professeur à l'Université de Lyon 2, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Thierry PACQUOT, philosophe, professeur à l'Institut d'Urbanisme de Paris, Paris XII-Val-de-Marne, éditeur de la revue Urbanisme

Dominique PAGES, littérature comparée, MCF au Celsa, Université Paris-Sorbonne, laboratoire Gripic

Douglas G. PEARCE, géographe, professeur de Tourism Management, Victoria University of Wellington, Nouvelle Zélande.

Gwendal SIMON, sociologue, doctorant à l'université Paris Est, laboratoire Ville Mobilité Transport, équipe "mobilité et métropolisation"

Simon TEXIER, historien d'art, équipe de recherche sur l'histoire de l'architecture moderne (ERHAM)

Hervé VEILLARD-BARON, professeur à l'Université Paris-Ouest-Nanterre-La Défense

Myriam WATTHEE-DELMOTTE, historienne, Université Laboratoire LIR (Littératures, Imaginaires, Représentations), Université Catholique de Louvain.

Sylvain ZEGHNI, économiste, MCF-HDR, université Paris-Est, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

MODALITES DE PARTICIPATION

Les communications proposées doivent s'intégrer dans une des thématiques présentées ci-dessus.

Le colloque souhaite axer ses analyses **sur le cas métropolitain parisien**. Les **analyses comparatives** avec d'autres territoires métropolitains sont les bienvenues.

À travers les cas présentés et analysés, en ressortira aussi l'échelle pertinente de l'offre et des pratiques touristiques parisiennes : **Paris, Grand Paris, Paris-métropole, Région capitale, Seine métropole ?**

CALENDRIER

- Les personnes qui souhaitent soumettre une proposition de communication sont invitées à envoyer un texte d'environ 2 500 signes à maria.gravari-barbas@wanadoo.fr avant le **18 janvier 2010 date de rigueur**.
- La proposition doit insister explicitement sur la manière dont elle prend en compte un des questionnements du colloque présentés plus haut. Elles doivent être accompagnées d'une présentation courte de l'auteur (environ 500 signes).
- Le Comité Scientifique confirmera les communications retenues avant le **26 février 2010**.
- Le programme définitif sera diffusé avant le **29 mars 2010**.

Une deuxième circulaire sera diffusée en octobre 2009.