

# Quelles stratégie et gouvernance adopter pour développer la mobilité touristique « active » à Paris ?

Mémoire de thèse professionnelle pour le mastère PAPDD, année universitaire 2017-2018.

Pour le compte de l'Agence de la mobilité, rattachée à la Direction de la Voirie et des Déplacements de la Mairie de Paris

Léa KERMARREC

Encadré par Monsieur Damien PONS, chargé de mission « Mobilités touristiques » à la Mairie de Paris et Monsieur Gwendal SIMON, chercheur associé au Laboratoire Ville Mobilité Transport – Ecole Nationale des Ponts et Chaussées

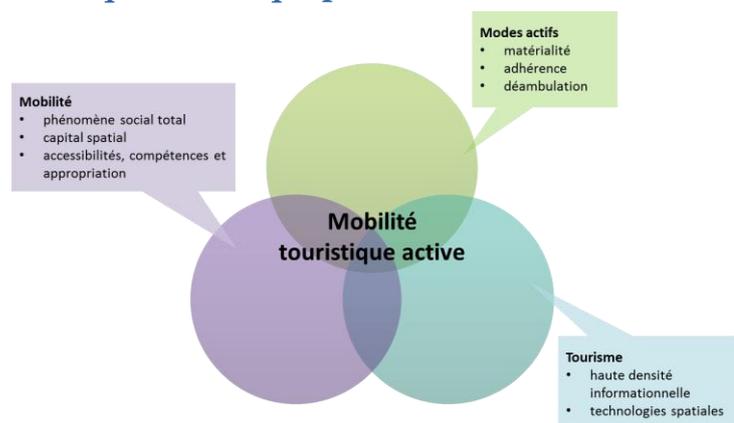
**Les mobilités des vingt-six millions de touristes qui visitent Paris chaque année ont des impacts cumulatifs sur l'espace public d'une ville toujours plus dense en activités et populations. L'objectif d'une mobilité touristique plus durable doit s'appuyer sur la définition d'une stratégie ayant vocation à développer la pratique par les touristes de modes de déplacements « actifs », dans le cadre d'une gouvernance renouvelée des secteurs du tourisme et des transports.**

Le Schéma de développement touristique de la Ville de Paris, adopté en 2016, marque l'engagement de la collectivité pour développer un tourisme plus qualitatif et durable sur son territoire. Le mandat municipal en cours a par ailleurs vocation à transformer l'espace public et ses usages, en agissant notamment en faveur de la mobilité active à Paris. La Ville s'interroge à présent sur la marche à suivre pour développer la mobilité active pour les déplacements touristiques, avec une volonté

d'accompagner les acteurs du tourisme dans cette transition, pour trouver la place dédiée au tourisme durable au sein de l'espace public et des pôles touristiques parisiens. Il s'agit donc de concevoir et mettre en œuvre une stratégie de développement de la mobilité touristique « active » à Paris, qui identifie et tient compte des besoins spécifiques des visiteurs et crée les conditions d'une gouvernance partenariale des secteurs du transport et du tourisme.

## La « mobilité touristique active », de quoi et de qui parle-t-on ?

L'objet de cette étude, la « mobilité touristique active », provient de la réunion de trois notions : la mobilité, les modes « actifs » et le tourisme. Chacun de ces champs mobilise des compétences spécifiques. La mobilité est un univers de choix, qui dépendent du « capital spatial » des acteurs (Lévy, 2013), mais également des « accessibilités » de l'offre au sens large, c'est-à-dire des conditions auxquelles il est possible d'y accéder ; des savoir-faire que nécessite l'usage de cette offre ; ainsi que de la capacité des individus à évaluer le champ des possibles par rapport à leur projet de mobilité (Kauffmann, 2001). Parmi les moyens de mobilité, les modes « actifs » ont des caractéristiques qui leurs sont propres. Dans l'espace



urbain, ils sont « adhérents » à la ville (Amar, 1993) et permettent la « réception sensible de sa matérialité » (Simon, 2012) grâce à la déambulation qu'ils supposent. Ils permettent de faire de la mobilité une expérience touristique par la mise en tourisme de modes de déplacements qui offrent des

opportunités de découverte de l'espace urbain. Pour émerger en ville, cette expérience touristique des modes actifs nécessite cependant une « haute densité informationnelle » (Simon, 2012) et des aménagements, qui sont autant de points de repères,

### **Le touriste-piéton en ville**

La marche constitue une « pratique touristique à part entière » à Paris, dont l'espace intra-muros se parcourt facilement à pied. Elle permet au touriste de s'approprier la ville et efface l'idée de « rupture et de frontière entre les lieux » (Lepan, 2013). Les formes et l'environnement urbain ainsi que la patrimonialité concentrée de Paris créent par ailleurs les conditions d'une expérience « marchée » de la capitale. Le contexte urbain crée un réseau pédestre, que la géographe Laurie Lepan détaille en trois itinéraires à Paris : un parcours centré autour de la

### **Le cyclotouriste urbain**

Trois types de touristes à vélo cohabitent en ville : les itinérants (les plus nombreux), qui font étape en ville, les touristes à vélo pour qui la ville est la destination du séjour, et les touristes urbains qui privilégient le vélo pour découvrir la ville (Départements et Régions Cyclables, 2017). Les cyclotouristes sont très indépendants et visitent pour la plupart une ville en toute autonomie, accompagné des membres de leur famille ou avec un groupe d'amis. La ville est attractive pour les

### **Les conditions de la pratique des « mobilités touristiques actives » à Paris**

Pour s'engager dans des pratiques de mobilité touristique active en ville, les touristes ont en effet des attentes et des besoins que les acteurs publics et les professionnels du tourisme doivent satisfaire au mieux. Une ville apaisée, propre et sécurisante incitera un touriste à la visiter à pied et / ou à vélo. Le touriste « actif » attendra toutefois de pouvoir s'orienter et comprendre facilement l'espace dans lequel il pédale et déambule : développer des dispositifs d'orientation et une signalisation adaptés aux spécificités du tourisme capable de faciliter la recherche d'itinéraires, l'orientation et le repérage des touristes sur et entre les lieux touristiques est donc important. Des aménagements adaptés – zones piétonnes ou de rencontre pour le piéton ; aménagements cyclables sécurisés – et qui valorisent le potentiel touristique de la ville seront également

d'indices et d'informateurs. Ces « technologies spatiales » (Stock, 2008) construisent une médiation dans la ville et permettent au touriste de circuler de façon autonome en lui offrant des prises.

Seine, où la marche représente le mode de déplacement quasi-exclusif, un itinéraire qui ose quelques incursions plus lointaines reliées par les transports en commun et enfin des « pratiques de lieux en discontinuité » qui alternent le rythme entre réseaux pédestre et de transports. De manière générale, quel que soit l'itinéraire emprunté, la marche tient une place centrale dans la découverte de la ville. La déambulation constitue d'ailleurs la première activité pratiquée par les touristes lors d'un séjour urbain.

touristes à vélo, puisqu'elle concentre nombre d'attraits sur un périmètre restreint (hébergement, services dédiés, points d'intérêt touristique, etc.). A Paris, 290 000 tours à vélo de découverte de la ville organisés par une agence et au moins 400 000 « journées Vélib' » ont été réalisés par des touristes l'an passé. Il s'agit donc d'un secteur à fort potentiel de développement, qui nécessite toutefois des attentions particulières et des dispositifs dédiés.

appréciés des touristes actifs. Le cyclotouriste attendra par ailleurs de trouver sur son lieu de voyage plusieurs services dédiés : entre autre, du stationnement adapté, des consignes dans les lieux de visite, des hébergements capables de les accueillir. A Paris, plusieurs points font de la capitale un espace facilitateur de la pratique de la mobilité touristique active : l'importance du réseau structurant et secondaire d'aménagements cyclables, la généralisation des « zones 30 » et la création de zones de rencontre. La taille et la morphologie de la ville invitent également à la pratique des modes « actifs » : sa surface restreinte est adaptée à la pratique de la marche et du vélo et la variété de ses paysages et lieux (le Paris classique et haussmannien, les parcs et bois, la Seine et les canaux, etc.) la rendent agréable à visiter. Toutefois, plusieurs

manques de la capitale doivent également être soulignés : l'inexistence d'un dispositif d'orientation (signalétique urbaine) spécialement destiné à la découverte touristique, tant pour le vélo que pour la

marche ; des services cyclotouristiques encore trop peu développés et difficilement identifiables ; un accueil adapté aux touristes à vélo rare et non-structuré.

### Les professionnels de la mobilité touristique à Paris

Par ailleurs, il est important de rappeler que la mobilité touristique et le tourisme de manière générale sont avant tout régis par l'initiative des opérateurs touristiques privés. Ils font l'offre et déterminent en grande partie les pratiques touristiques sur un territoire, en fonction des produits qu'ils choisissent de proposer et vers lesquels se tournent les visiteurs au moment de la préparation de leur voyage, ou une fois arrivés à destination. A Paris, les professionnels de la mobilité touristique active sont structurés en deux

groupes. D'un côté, les agences spécialisées (visites à pied, à vélo, en *segway* et trottinettes, etc.) et loueurs (de vélo notamment) sont nombreux, mais peu structurés en réseau, ce qui nuit à la visibilité de leur offre pléthorique et à leur capacité à être compétitifs face aux opérateurs leaders de la mobilité touristique à Paris. Ces derniers, dont le cœur de métier est le transport de touristes par autocar, attirent une part très importante des visiteurs de la capitale. S'ils commencent à diversifier leur offre en intégrant la mobilité active, leur activité doit encore être régulée.

### Vers une mobilité touristique durable mieux articulée à l'espace public

Au regard de ce que représente la « mobilité touristique active » à Paris, ses différents acteurs et ses besoins, il importe à présent d'observer les enjeux stratégiques et de comprendre le chemin à suivre pour assurer un développement efficace de ce

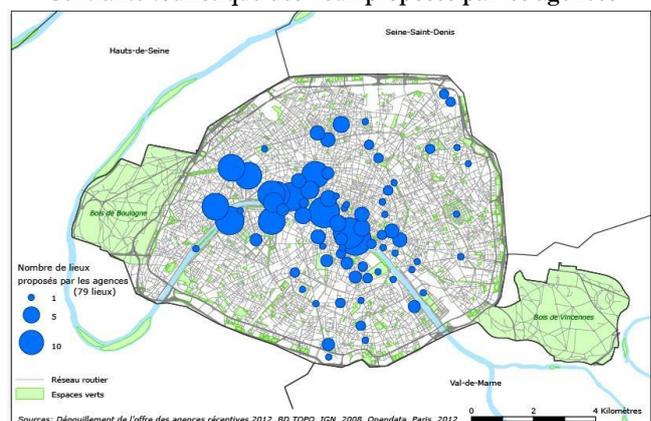
type de mobilité sur le territoire parisien. Observer la spatialisation des pratiques touristiques est dès lors nécessaire pour définir une stratégie et faire des choix, notamment sur le type de clientèle que souhaite attirer Paris ces prochaines années.

### Repousser les frontières du périmètre touristique

Diffuser les flux de touristes sur le territoire parisien est indispensable pour apaiser la visite de l'hypercentre. Le « Central Tourist District » parisien est très concentré : limité par Montmartre au Nord, l'Arc de Triomphe à l'Ouest, le Panthéon au Sud et la place de la Bastille à l'Est (Duhamel & Knafou, 2007).

Cette concentration du tourisme s'explique en grande partie par les lieux programmés par les agences réceptives, essentiellement située dans l'hypercentre. Elargir l'espace touristique est toutefois essentiel pour contenir les externalités négatives produites par le tourisme à Paris. Il s'agit de renouveler l'image touristique de la capitale pour créer un nouvel imaginaire qui promeuve efficacement ses ressources sous exploitées. Cette déconcentration sera permise par la construction efficace d'une offre alternative au Paris « classique » ainsi que d'une porosité plus importante entre les modes de déplacements. Les professionnels du tourisme devront être en mesure de proposer

Centralité touristique des lieux proposés par les agences



Laurie Lèpan, *L'espace touristique de la grande ville*, 2014

davantage de produits combinés associant des visites « insolites » aux circuits classiques. Une hiérarchie des modes de déplacements doit être construite sur la base de ces différents territoires de visite et les pôles touristiques parisiens devront être réaménagés pour donner toute leur place à la pratique des modes actifs.

## Faire évoluer les pratiques de mobilité touristique

Le tourisme de groupe est celui dont l'impact est le plus important sur l'espace public, particulièrement dans l'hypercentre parisien, qui concentre la très grande majorité des visiteurs. Environ 7,3 millions de touristes sont transportés en car chaque année à Paris, soit un peu plus du quart des visiteurs de la capitale. Environ un millier d'autocars circulent et stationnent chaque jour à Paris et encombrant les voies, enlaidissent les sites et créent une pollution de proximité fortement ressentie (APUR, 2015). Il s'agit donc d'aller vers une mobilité autocar qui ne soit plus la norme dans le centre touristique, pour se diriger vers un autre type de tourisme, moins consommateur d'espaces, de temps et de distances. Pour cela, les opérateurs touristiques doivent favoriser et promouvoir une autre forme de

tourisme auprès de leur clientèle : un tourisme de proximité, plus lent, basé sur la rencontre des habitants et la surprise de découvertes insolites. Pour cela, les opérateurs touristiques doivent travailler à définir des sous-segments de leur clientèle afin de décliner une offre adaptée aux différentes typologies de visiteurs. Il s'agit notamment de répondre à la demande de touristes qui organisent leur voyage par eux-mêmes et sont plus enclins à visiter la ville à pied et à vélo, et dont les choix de mobilité sont largement influencés par l'offre de produits touristiques à laquelle ils ont accès. Toutefois, cette réflexion globale ne pourra naître que dans un cadre de gouvernance renouvelée de la mobilité et du tourisme.

## Une gouvernance partenariale des secteurs du transport et du tourisme

Le développement efficace de la mobilité touristique active repose sur une planification des politiques de transports et de déplacements qui tienne compte des spécificités des clientèles touristiques pour mieux les accueillir, les informer et les orienter dans la capitale. Pour cela, la Ville doit travailler à la construction d'un **plan de déplacements touristiques**, prenant en compte la mobilité touristique avec une « vision large intégrant les différents modes de transports (circulation et stationnement, mobilités douces, transports en commun, transports touristiques), leur interface (paramètres d'intermodalité) ainsi que les dimensions information et billettique à l'échelle de la destination touristique. » (Atout France, 2013).

Cette planification doit être enrichie par la création d'un **Observatoire de la mobilité touristique**, qui permettra de disposer d'une photographie actualisée des usages et pratiques de mobilités et de transports des touristes à Paris – Île-de-France. Les données

construites et agrégées par cet Observatoire constitueront un matériau précieux de travail pour créer de la connaissance sur les habitudes de déplacements des touristes dans la région ainsi que sur leurs attentes en matière de qualité de service, d'information, de titres de transport, de tarification, d'aménagements, etc. La création d'une telle structure suppose de rassembler les moyens des différents acteurs publics du tourisme et du transport, pour agréger leurs compétences. La qualité du matériau qu'elle produira dépendra également de sa capacité à s'ouvrir au monde du tourisme et à ses opérateurs privés, dans l'optique de construire avec eux la réflexion, de partager les connaissances produites et d'accéder à leurs propres études et analyses de marché. Construire un espace qui offre aux acteurs du tourisme et des transports l'opportunité de travailler de concert et de co-construire des solutions pour la mobilité touristique d'avenir est donc indispensable.

## Conclusion

L'étude des pratiques, besoins et attentes des touristes « actifs » permet d'identifier de nombreux points d'amélioration de l'existant. Paris devra être capable proposer une offre d'aménagements et de produits touristiques qui incite davantage ses visiteurs à pratiquer la mobilité active. Ces

évolutions ne pourront toutefois advenir que dans un système de gouvernance adapté aux enjeux de mobilité touristique. Acteurs publics et privés du tourisme et de la mobilité devront ainsi collaborer pour déployer efficacement la « mobilité touristique active » à Paris.

## **Bibliographie**

- APUR, *Autocars de tourisme et évolution des pratiques touristiques depuis 2001*, septembre 2015
- Amar G., « Pour une écologie urbaine des transports », *Les Annales de la recherche urbaine*, pp. 141-151. 1993
- Atout France, *Faciliter les mobilités pour enrichir l'expérience touristique*, 2013
- Bassand M., « La mobilité spatiale, un phénomène macroscopique », *Sociologie pluraliste et pluralisme sociologique. Mélanges publiés en l'honneur du Professeur Maurice Erard*, 1986
- Départements et Régions Cyclables, *Le tourisme à vélo dans les villes françaises*, juin 2017
- Duhamel P. & Knafou, R., « Le tourisme dans la centralité parisienne » in T. Saint-Julien & R. Le-Goix, *La Métropole parisienne. Centralités, inégalités, proximités*, Belin, 2007
- Kaufmann, V., « La motilité : une notion clé pour revisiter l'urbain ? » in M. Bassand, V. Kaufmann, & D. Joye, *Enjeux de la sociologie urbaine*, pp. 87-102, Presses polytechniques et universitaires romandes, Lausanne, 2001
- Lapan L., *L'espace touristique de la grande ville : une approche par les pratiques et les mobilités touristiques. Le cas de la destination Paris*, Université d'Angers, 2013
- Simon G., « Entre marche et métro, les mouvements intra-urbains des touristes sous le prisme de l'"adhérence" à Paris et en Île-de-France. », *Recherche, Transports, Sécurité*, 2012
- Stock M., « Il Mondo è mobile » in J. Lévy, *L'Invention du Monde*, Les Presses de Sciences Po, 2008