



En partenariat avec

MAIRIE DE PARIS



« Les Samedis du Projet » COMPTE-RENDU

Samedi 4 juillet : La métropole attractive : de la ville Lumière (19ème siècle) à la ville Monde (20ème siècle), quel rayonnement pour le Grand Paris du 21ème siècle ?

De 9 h à 17 h à l'Hôtel de Ville de Paris

Les objectifs :

- ➔ enrichir le diagnostic métropolitain du point de vue des citoyens
- ➔ nourrir le projet métropolitain en propositions d'actions
- ➔ faire connaître aux futurs élus du Grand Paris ces propositions citoyennes

Séquence 1 : le rayonnement de la région parisienne d'hier à aujourd'hui... et demain...

1) rayonnement, attractivité, ville monde, ville globale,... : de quoi parle-t-on ?

On emploie souvent des mots avec la certitude que ceux-ci sont bien compris de ceux à qui l'on s'adresse. On sait pourtant que bien des mots sont polysémiques d'une part et que leur sens est soumis à interprétation d'autre part.

Voyons les évocations spontanées associées aux 3 mots que nous avons choisis d'aborder afin d'en évaluer la compréhension :

Rayonnement :	Attractivité	Ville monde :
Influence / diffraction / lumière / visibilité / centre / beauté / développement économique / chaleur / emploi / partage et solidarité / international / culture au carré / harmonie / attraction / projection / périmètre / tourisme / vitesse limite / mouvement / connaissance / citoyenneté / échanges / relativité / modèle / domination / richesse / intégration / pouvoir / puissance	Orbite / Même chose ou pas que l'attraction ? / Attirance / Intéressant / Accueil / Incontournable / Désir / Moteur / Joie de vivre / Dynamisme / Limite / Sélectivité / Ouverture / Mégapole / Regard / Bonheur / Ressources / Assèchement / Compétition / Culture / Aspiration / Potentialité / Force / Satellisation / Séduction / Abondance / Opportunité / Mise à	Standardisation / Précarité / Cosmopole / Liberté / Cartographie / Risques / Pollution / 24h sur 24h / Domination / Economie / Déchets / Culture / Gigantisme / Réseaux / Commerces / Touristique / Inhumain / Chaudron / Smart City / Citoyen(s) / Solidarité / Cosmopolitisme / Ouverture / Interculturalité / Concentration / Apprendre et accepter / Conflit /

/ source / mondialité / instruction / soft power / lobbying / énergie / diffusion / ouverture.	disposition / Beauté / Mise en concurrence / Apparence / Emplois / Glamour / Choix / Sagesse / Podium.	Inégalités / Liens / Interconnexions / Emulation / Débousolé / Hiérarchisation / Globalisé / Modernisation / Domination / Echanges
---	---	--

Le rayonnement renvoie au phénomène physique, a la beauté et a la puissance. Il est un effet miroir de représentation qui reflète vers l'extérieur l'image d'une forme de domination esthétique ou économique.

L'attractivité ici est relativement peu présente sous son angle économique de concurrence et de compétition comme le langage souvent utilise pour parler du Grand Paris le comprend. Il a une forte connotation en revanche lié a la séduction, au glamour, au désir. En ce sens il se rapproche de l'univers sémantique lié au rayonnement.

La ville monde, terminologie urbanistique qui désigne les villes au rayonnement mondial dont les principales sont Paris, Tokyo, Londres et New York, renvoie a l'univers de la mégapole cosmopolite, globalisée, polluée... elle n'a pas ici ce pouvoir attractif que certains lui prêtent lorsqu'ils l'invoquent.

2) un peu d'histoire, d'où vient cette lumière ?

Un film rétrospectif resitue l'histoire du rayonnement de Paris et de sa périphérie depuis le 18eme siècle jusqu'à nos jours.

Les participants en ont souligné ses qualités pédagogiques mais aussi quelques imperfections que nous avons retravaillées. Il sera prochainement disponible sur notre chaîne youtube : [Association Metropop !](#)

3) un peu de marketing, le positionnement des grandes métropoles mondiales

Les villes mondes ont cette particularité qu'elles évoquent des images fortes a chacun d'entre nous, si fortes que l'on pourrait les qualifier de stéréotypes ou d'emblèmes de ces villes. C'est le cas de Londres, Tokyo et New York dont les évocations spontanées pour les participants sont les suivantes :

NEW YORK	LONDRES	TOKYO
Pomme / Manhattan / Central Park / Wall Street / réactivité / encombrement / jazz / international / taxis / écrasement / Andy Warhol / Bronx / grattes ciels / Greenwich village / McDonald / DSK / Twin Towers / Wall Street Center attentats / Ellis Island / Monnaie / FMI / ONU / Bienvenue à NY / Puissance / Statue de la liberté / Empire / Freedom / Immigration /	Frères ennemis / FOG / Big Ben / traders / Westminster / the Queen / autobus / pub / Tower Bridge / luxe / taxe / grand Londres / Campden market / humour / Buckingham / fish and chips / Tamise / Bobbies / Sherlock Holmes / cornichon / the shard / tradition / les affaires / flegme / Chelsea / numérique / multiculturel / Little banks / Dickens / swinging London /	Métro aérien / Différence / Séisme / Densité / Chaos / Shinkansen / Geisha / high tech / Concentration / jeux vidéo / propriété / stress / manga / polycentrisme / sourire / mode / Hotel Miko / saké / Shibuya / Toyota / raffinement / Multiplicité et Quartier / jeunesse / Samouraï / Modernité / kimonos / cérémonie du thé / tradition / bonzaï / temple / tong /

Broadway / Woody Allen / Rêve américain.	Eurostar / liberté / thé / street art / privilège	discipline / robot / Buto / lumière / rigueur / dualité familiale / dojo / shintoïsme
--	---	---

Dans ce petit exercice très bref, il est frappant de constater que pour les 3 villes les évocations spontanées tournent autour de connaissances que nous avons de leur environnement urbain (quartiers, types d'habitat, modes de transport) d'une part et de la culture (personnages célèbres et artistes, figures traditionnelles et coutumes) du pays qu'elles représentent d'autre part, mais aussi de représentations symboliques qui leurs sont associées par exemples, puissance (New York), luxe (Londres), modernité (Tokyo).

Interessons-nous maintenant au positionnement économique que ces grandes métropoles, comparables dans leur statut de ville monde à celui de Paris, ont adopté.

Les points de convergence remarquables sont les suivants :

- l'importance de la population totale,
- le niveau de formation supérieure,
- le poids de la finance dans le PIB
- la part des industries créatives dans l'emploi
- Le développement stratégique du tourisme et des NTIC

Sur le plan culturel également des convergences se font jour :

- Le dynamisme, l'échelle, la diversité de l'offre culturelle
- Le flux permanent de nouveaux arrivants qui alimentent cette diversité
- La capacité à créer de nouvelles connexions avec d'autres métropoles
- La culture comme moteur du développement économique et d'attractivité touristique

Sur le plan marketing toutefois, les positionnements sont très différents comme l'illustrent les compositions d'images des pages suivantes :

New York¹ s'appuie sur multiculturalisme et la revitalisation des quartiers par l'art et l'ouverture à la nouveauté (Queens, Brooklyn, Bronx, Harlem)

Son positionnement c'est : la diversité et l'énergie créative

Londres s'appuie également sur l'image de sa diversité (la ville aux 300 langues) mais aussi sur une attractivité renouvelée liée aux nouvelles infrastructures (JO) et aux festivals de rue.

Son positionnement c'est : un mélange de tradition et d'excellence, d'avant-garde & de culture pop

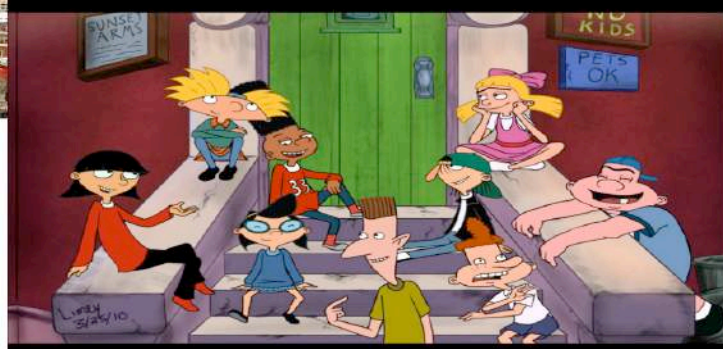
Pour Tokyo, la culture joue un rôle central après les tragédies et la notion de « bunka » (art + art de vivre) prédomine

Son positionnement c'est : la Culture c'est la vie des habitants, entre tradition et modernité²

¹ Il faut noter que nous parlons ici de New York uniquement et pas du Grand New York qui regroupe 31 comtes et 725 municipalités sur 4 Etats soit 22 millions d'habitants sans communication territoriale spécifique. Il en va de même pour Londres et Tokyo même si les réalités urbaines et administratives y sont distinctes.

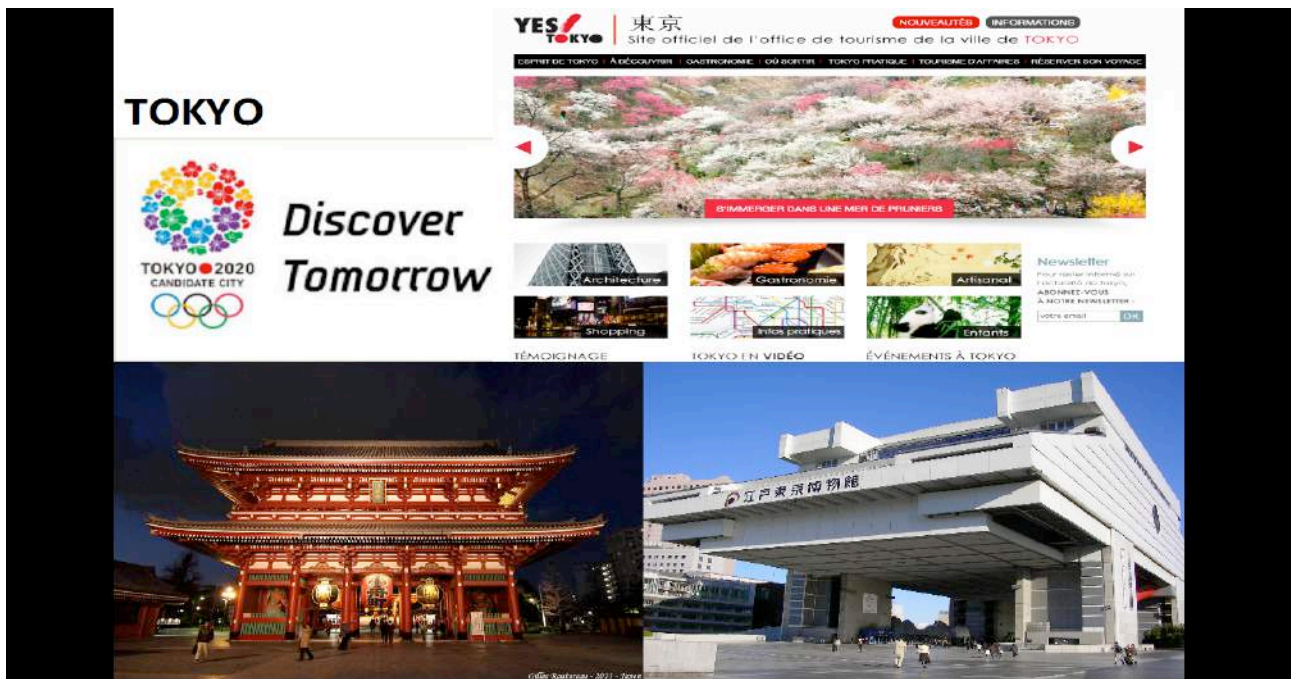
² Pour une vision complète des positionnements culturels des métropoles mondiales, consulter l'étude ['La culture dans les villes mondes'](#) disponible sur le site de l'IAU IdF

NEW YORK



Grand Londres





4) les forces et les faiblesses du rayonnement du Grand Paris :

Est-il possible d'évaluer quelles sont les forces et les faiblesses du rayonnement de la métropole du Grand Paris ? C'est ce que nous avons tenté de faire avec les participants. Cette séquence n'a pas la prétention d'un diagnostic véritable. Elle est un regard porté à un moment 't' sur ce rayonnement tel qu'il est perçu par ceux qui en sont des acteurs directs ou indirects, les habitants du Grand Paris.

FORCES	FAIBLESSES
<p>Une CULTURE : « Paris, ce n'est pas rien »</p> <p>Offre Culturelle diversifiée, institutions, influence, UNESCO... / Multiculturalisme / Foisonnement culturel / Qualité de l'Enseignement Supérieur / Éducation (Universités..., Formation & Grandes Écoles...) / Étendue des propositions de sortie (culture, sport etc.) / Passé prestigieux, histoire politique, sociale, industrielle, artistique / Attraction Culturelle (Monuments, Musées) / Liberté & Émancipation et Esprit Pacifique Citoyen / Énergie créative des banlieues / Richesse des territoires avec une locomotive parisienne / La Culture de l'Histoire / Locomotive parisienne / Monuments Historiques</p>	<p>Une CULTURE avec des limites :</p> <p>Soutien à la création alternative très faible voire inexistant / Manque d'informations, de communication / Attraction culturelle centralisée à Paris au détriment du Grand Paris (excepté Versailles, Auvers sur Oise...) /</p> <p>Un RAYONNEMENT crépusculaire :</p> <p>Image vieillotte (Amélie Poulain, Édith Piaf, opposition Paris/Banlieue...) / Forces suffisamment puissantes pour le futur ? / Est-ce qu'on est au crépuscule ? La lumière tombe / Des Forces pas encore assez exploitées pour « unifier »</p>
<p>Une forme d'URBANITE toujours présente et diversifiée :</p>	<p>Un URBAIN qui étouffe :</p> <p>« Grand Paris » - Centralisation - Destructures / Prix</p>

<p>art de vivre /politesse /attention à l'autre, tissu social / Associatif / diversité de populations / diversité des cultures de ses habitants / La richesse et diversité (donc spécificités et identités) de ses territoires / La richesse de ses habitants (passions, volonté...)</p> <p>Les facilites du TRANSPORT :</p> <p>Excellente offre en transports en commun, projets, coût pour l'usager.../ connexion au réseau TGV national / Réseau de transports en développement et nouvelles gares / Les chemins verts entre les communes de la métropole (à pied, en vélo, rollers, etc.) sans être obligé de prendre des véhicules à moteur...</p>	<p>du logement / Problème de logement (coût, qualité de l'habitat, bruit, manque de fluidité du marché, endettement...) / Propreté négligée / Mauvaise qualité de l'air / Trop de voitures / Trop de grèves / Bruit / Manque nature : trop de béton et de macadam, peu de vraies morceaux de nature, nuisances / Manque de convivialité / Faiblesses régulation du marché du travail / Ville énergivore / Exclusion / Trop de Concentration</p>
<p>Une dynamique de TERRITOIRE :</p> <p>Paris c'est le Grand Fortif / Dynamisation / Modernisation / Vison globale du Territoire / International / Tourisme / Les contacts divers (institutionnels, associations, ...) / Apparition des Écoquartiers / Foncier « disponible » / Entreprises et leurs sièges /Grands évènements</p>	<p>Le déséquilibre TERRITORIAL :</p> <p>Pas de moyens / Centralité / Déséquilibre / Cloisonnement / Centralisation / Périphérique comme séparateur / Le Cloisonnement Paris/Banlieue / Image hétérogène entre Paris et les autres territoires / Forces pas encore assez exploitées pour l'union des territoires / Contraste quartiers et Paris intramuros / Manque de visibilité de la banlieue / Inégalités / Méconnaissance des autres communes par les parisiens / Solidarité - Exclusion - Prix du Logement - Gentrification - Inégalités / Manque de visibilité de la banlieue - Centralité (trop de...) / Peu de connaissance des communes entre elles / Sophistication sociale : peu de place pour les « classes moyennes » luxe qui gagne du terrain, gentrification...</p>
	<p>Le PROJET démocratique manquant :</p> <p>Gouvernance de la Métropole et les habitants là-dedans ?/ Pas de stratégie, absence d'un grand projet / Apanage des politiques / Verticalité des institutions / Faiblesse de la gouvernance politique et économique / Manque d'implication citoyenne / Propositions ne correspondent pas toujours à la réalité / Politiques politiciennes et combats d'arrière-garde / Pas « d'intérêt supérieur » du Grand Paris / Les volontés politiques et les moyens financiers afférents ne semblent pas converger vers un objectif de rayonnement / IMMOBILISME / Trop grande inertie (inactivité) générale (politique/ administrative et citoyenne)</p>

Analyse :

Nous pouvons retenir de cet exercice d'évaluation rapide les éléments de perception suivants :

1. en matière culturelle, la force du rayonnement Grand Parisien, son attractivité du fait de sa richesse unique, apparait aussi comme sa faiblesse en termes de visibilité d'autres atouts culturels du territoire et de sa population : il semble qu'un renouvellement, une ouverture, **une valorisation de ces autres atouts** soient attendus ;
 2. le **déséquilibre entre Paris et sa périphérie ou entre catégories de populations** est ressenti globalement comme une faiblesse pour le rayonnement alors même que la dynamique d'entraînement économique du territoire du Grand Paris est ressentie par certains comme une force : faut-il y voir un effet des événements récents aux répercussions internationales très forts médiatiquement (émeutes de 2005, attentats de janvier 2015) ou un sentiment inégalitaire plus profond enraciné dans l'histoire urbaine de la région parisienne ?
 3. une dualité plus attendue, celle d'une forme d'urbanité domestiquée correspondant à un **art de vivre franco-parisien** avec une spécificité notable concernant **les transports**, tant pour leur desserte que pour l'atout que représente le nouveau réseau ou les voies vertes entre communes, **opposée à un urbain débridé** devenu source de pollution, de cherté, d'inégalités, d'exclusions
 4. enfin, l'élément récurrent à chacun des ateliers pédagogiques que nous animons parmi les publics participants est justement cette question de la participation à un **projet démocratique impliquant** et qui donnerait un « intérêt supérieur » au bien commun métropolitain permettant de dépasser les égoïsmes locaux.
- 5) l'émergence d'un nouvel imaginaire du rayonnement de la métropole du Grand Paris

Lors de la dernière séquence de la matinée, nous avons collectivement tenté de nous projeter dans le futur : nous en avons tirés les 9 rayons du rayonnement du Grand Paris du XXI^e siècle.

LES 9 RAYONS DU RAYONNEMENT

Rayon 1³ : CITOYENNETE

Ville Citoyenne / Innovation Démocratique (participation citoyenne) / Une métropole qui accorde une vraie place à ses habitants / Dans l'Idéal c'est : la mixité citoyenne / Ce sera l'évolution des mentalités / Une réelle et pérenne aide aux initiatives citoyennes individuelles et collectives heureuses et vertueuses (écologique, artistique, économique)

Rayon 2 : EGALITE

Des constructions sociales pour le Grand Paris / un Paris fraternel / Distribution égalitaire des moyens / Un endroit où chacun trouve sa place / Ce sera la fin du Paris réduit à l'intra-muros avec des mobilités ultra facilitées 365/365 jours / L'image d'un territoire dont les déséquilibres sont aplanis / Une ville solidaire (capable d'accueillir tous types de populations) / Éradiquer la pauvreté / Résoudre les problèmes de logements / Des logements spacieux, aérés et pas chers / Lutter contre la ségrégation sociale entre le nord et le sud (fonction des logements, activités...)

Rayon 3 : UNITE

³ Faute de temps nous n'avons pu établir correctement et de manière consensuelle une priorisation de ces rayons. L'ordre des rayons est donc aléatoire et fait par rapprochements logiques et non par importance ou priorité donnée par les participants.

Paris + Banlieue = 1 / Grand Paris sportif (qualité de vie) / Une ville en réseau de ses quartiers & communes limitrophes / Meilleure accessibilité des transports (personnes à mobilité réduite) / Création des clusters / Un système de communautés humaines, et non une métropole d'individus / Fluidité intérieure / Le développement l'économie numérique et ses applications dans les services urbains

Rayon 4 : ECOLOGIE

Une écologie respectueuse du «vivant» / La continuité écologique entre Paris et la Banlieue / Ville végétalisée : toits, murs, rues, balcons... / Modes de fonctionnement respectueux de l'environnement / Modèle de développement durable (respect, nature, ressources, qualité de vie) / réduction du bruit / Se préoccuper davantage des problèmes environnementaux / Une ville verte, la nature en ville, corridors / Paris liberté ville d'eau un havre de paix / Espaces végétalisés et de loisirs dans le Grand Paris / L'art de vivre : végétalisation + eau / Diminution pollution air, Sonore etc... / Un projet vert, piéton et cycliste pour la petite ceinture et ses ramifications vers le Grand Paris / Projet éco-logique

Rayon 5 : FLUIDITE

Circulation fluide -Transports en commun confortables, fréquents et peu bruyants / Intensification des réseaux de circulation dans la métropole du Grand Paris / La voiture autonome et ses conséquences sur les transports / Faciliter transports / Les circuits courts / Infrastructure (transport) interactive et responsive

Rayon 6 : CULTURE

Une Ville vivable pour tous types de population / Développement d'une offre culturelle innovante / Nuits / Grande Culture de l'espace public / Une Ville : créative, ouverte, innovante & dynamique / Création de nouveaux centres culturels dans le Grand Paris

Rayon 7 : ACCUEIL & MULTICULTURALISME

Accueil & Échange / Une Ville émancipatrice et épanouissante / Force créatrice Jaillissante (pour un nouveau Big-bang Grand Parisien) / La Culture humaniste & démocratique / Une Ville accueillante / Prise en compte du multiculturalisme

Rayon 8 : RAPPORT AU MONDE

Métropole référence pour le monde / Excellence : culturelle - recherche - éducation / Une ville en avance sur son temps / Un exemple à suivre / La Symbolique du Grand Paris : le Monde des idées une cité idéale / Une Cité modèle / Innovation - Environnement - Social - Éducation...

Rayon 9 : PHILOSOPHIE

Un nouveau rapport critique au progrès / Une ville en devenir, mais avec des repères dans lesquelles on peut se retrouver

Analyse :

1. Le rayonnement du Grand Paris du 21ème siècle est global : il se préoccupe autant de l'égalité entre territoires que d'écologie, de rapport au monde ou de pensée philosophique : en cela, il est bien le reflet - ou le fruit ? - de la pensée socio-anthropologique de la ville-métropole qui nous la dépeint depuis l'ère babylonienne toujours tiraillée entre pouvoirs et préoccupations des populations locales et expansion de sa suprématie.
2. Quelques tendances fortes semblent se dégager de cette perspective globalisante :
 - le Grand Paris du 21ème siècle rayonnera par sa capacité à articuler les fluidités, la multiculturalité de ses appartenances, son rapport ouvert au monde et les égalités, l'unité de ses territoires, et l'implication citoyenne, voire une certaine excellence démocratique au pays qui en est l'un des emblèmes
 - de grandes valeurs phares du projet républicain, qui sont autant d'ambitions politiques à l'heure ou les ségrégations socio-spatiales

produisent des effets désastreux, comme l'égalité et l'unité font partie intégrantes du rayonnement du 21eme siècle tandis que le critère de puissance économique est ici singulièrement absent mais que la conscience écologique apparaît au premier plan des projections d'avenir

- enfin le rejaillissement de la culture humaniste a travers sa « revisitation », on pourrait dire sa recreation (certains appellent a un « big bang grand parisien ») vient corroborer bien des choses qui ont ete proposées lors du premier atelier⁴ et en premier lieu, le fait que le rayonnement passe par la pensée critique de celui-ci, la mise en question de ses modèles, la capacité a en proposer de nouveaux, qu'ils soient politiques ou sociaux.

⁴ Cf. Compte rendu d'atelier N1 – culture et identites disponible sur metropop.org

Séquence 2 : les ateliers du rayonnement

Ateliers de prospective - inventer le rayonnement du Grand Paris du XXIème siècle ?

Après la séquence diagnostic et prospective très générale du matin, nous avons consacré l'après-midi à travailler des propositions concrètes émises sur le site Madame la;aire j'ai une idée par les citoyens qu'ils soient parisiens ou non (le site est ouvert à tous types de participants)

Nous avons structuré ces ateliers autour de 5 thèmes :

1. les utopies urbaines, du 20ème au 21ème siècle
2. la ville mondialisée, penser les échanges interculturels
3. le Grand Paris du savoir et de l'ère numérique
4. l'imaginaire du Grand Paris à l'international (atelier de création graphique)
5. le Grand Paris touristique de la métropole

Pour chacun de ces ateliers, il est attendu des réactions à une ou plusieurs des propositions émises et dans son prolongement une production concrète permettant d'approfondir la proposition.

Atelier 1 : Utopies Urbaines

Proposition :

Les cités-jardins et résidences classées aménagées au cours du 20ème siècle (Des années 30 à 50/60/70 pour la plupart) devraient être valorisées ou re-dynamisées afin de leur redonner tout leur éclat et en faire le fer de lance d'un aménagement exemplaire en terme d'écologie mais aussi d'économie solidaire et partagée. Si certaines cités sont de vraies réussites architecturales et sociales, d'autres sont considérées comme "ratées" ou n'ayant pas apporté les objectifs escomptés. Pourtant, le potentiel est là! Par exemple, on peut certes trouver architecturalement discutable la Palais d'Abraxas de Ricardo Bofill à Noisy le Grand, il n'empêche que ce bâtiment ne laisse pas indifférent et qu'il a, d'ores et déjà, une histoire passionnante. Ne serait-ce que le tournage du film "Brazil" de Terry Gilliam (avec Robert de Niro) dans les années 80. Un potentiel et un passé comme celui là, ça se valorise! Du haut de ce "Palais" la vue sur la vallée de la Marne et Paris est spectaculaire! La Métropole du Grand Paris regorgent de ces témoignages architecturaux et sociaux du 20ème siècle (surtout dans les communes périphériques de Paris). Les valoriser apporterait à la Métropole une richesse économique, sociale et culturelle inattendue. L'idée serait de développer des jardins botaniques et potagers partagés. Pourquoi pas quelques bétails tels que poules et canards...mais aussi des ateliers d'artistes et de musique pour les jeunes, sans oublier des équipements sportifs innovants (skate, parkour...) Avec le soutien de la puissance publique (Métropole de Paris ou mairies...etc), ces initiatives gérées par des associations de riverains pourraient devenir de véritables "expérimentations" de ce qu'il est possible de faire en milieu urbain de botanique, de culture potagère, d'aménagement écologique et d'initiatives sociales et culturelles. Pourquoi pas pour les architectures jugées "froides" et austères (notamment les immeubles et barres de béton), apporter de la couleur ou des motifs artistiques et créer ainsi de véritables patchworks d'architectures colorées. Enfin, pourquoi pas envisager de diversifier les activités dans certains immeubles de grands ensembles : en plus de logements, développer des hôtels en étage élevé avec vue, cafés/restaurants associatifs à thème, "rooftops", petits commerces locaux, voire bureaux pour PME/TPE, en associant le plus possible les résidents. Accessible aux visiteurs et touristes en journée, certains de ces espaces, à la base privée et réservés aux résidents, pourraient être fermés le soir et réservés aux seuls résidents. Quelques exemples de "cités-jardins", résidences et "grands ensembles" à potentiel : - La Résidence Victor Hugo et le Parc des Courtilières à Pantin - Les ensembles Auguste Delaune, Colonel Fabien, Guynemer et Paul Langevin à Saint-Denis - Cité des Choux-Fleurs à Créteil - Les Tours Nuages à Nanterre : une diversification des étages élevés (cafés/restaurants/hôtels) avec la vue sur La Défense serait tout simplement magique! - Résidence Point du Jour à Boulogne-Billancourt - Cité-jardin de la Butte Rouge à Chatenây-Malabry - Palais d'Abraxas à Noisy le Grand : Cet espace pourrait devenir un "symbole" en matière d'habitat diversifiée : logements, bien sûr mais aussi cafés/restaurants/hôtels

bénéficiaires de la superbe vue sur la vallée de la Marne et Paris, commerces, jardins... En outre, un "espace culturel" qui rappellerait et présenterait le tournage du film "Brazil" me semblerait avoir tout son sens! Dans l'espace intérieur du Palais, un théâtre en plein air (premier du genre en Métropole de Paris) avec gradins pourrait être aménagé pour des représentations "printanières et estivales".

Réactions à la proposition

Pour	Contre	Conditions de faisabilité	Développement possible
<ul style="list-style-type: none"> Autrefois les cités jardins ont structuré la ville. Les jardins botaniques peuvent être partagés car ils assainissent. Il est important de valoriser le patrimoine des banlieues et de le rendre plus touristiques Bonne idée d'apporter de la couleur si ça peut apporter de la vie et changer du gris béton 	<ul style="list-style-type: none"> Proposition trop classique Les cités jardins c'est dépassé Avec Bofill, ce n'est pas de l'architecture. Le béton y est roi La couleur est un cache misère des matériaux utilisés. La construction aujourd'hui est rapide mais les matériaux sont de mauvaise qualité 	<ul style="list-style-type: none"> Je ne connais pas les sites indiqués au paragraphe 3 La loi interdit des usages mixtes : agricoles, ERP par exemple Des poules et des canards? Non! Ces bêtes sont fragiles. Des hôtels restaurants? Pas viable La tour n'est pas pensée comme une ville verticale. A l'articulation de deux ascenseurs – jusqu'au 10^{ème} étage et au dessus – il faudrait prévoir une place pour discuter Faire des PME, TPE dans les cités de banlieues, c'est bon pour l'emploi et le social 	<ul style="list-style-type: none"> Habiter une ville verticale de 800 personnes Les coursives et les bancs publics induisent une ambiance (Yona Friedman) Le GP devrait être le temple de la culture Mettre des artistes du street art pour le patchwork et la couleur

Analyse

« Une utopie doit être humaine et sociale avant d'être architecturale » dit l'un des participants qui ne trouve pas vraiment de satisfaction dans la proposition. Celle-ci suscite peu d'enthousiasme et ne stimule assurément pas l'imagination. En revanche, les sites cités dans le texte – le parc des Courtilières à Pantin, les tours nuages à Nanterre, la cité jardin de la Butte Rouge etc. – sont, pour l'essentiel, inconnus des participants. Il leur est donc difficile de réagir.

2. Qu'est-ce qui fait pour vous patrimoine ?

- Mon lieu :

- (1) Tous les lieux pas de lieux emblématiques,
- (2) La Maison de Savoie (villa Savoie),
- (3) Parc Montsouris,
- (4) Ile-Saint-Louis

- Mon panorama :

- (1) C'est un tout. Isoler un élément n'a pas de sens donc un panorama qui est bien un "pan" (un tout) oRama (vue d'ensemble du ciel et parcourue sur Terre).

- (2) Champs d'un savoir possible
- (3) Ile de la Jatte, Montmartre,
- (4) Les bords de Seine (conciergerie, pont-neuf),

- Mon bâtiment :

- (1) Idem
- (2) Une maison moderne (Raynaud),
- (3) Pyramide du Louvre, Musée d'Orsay,
- (4) Notre Dame de Paris

- Mon ambiance :

- (1) Idem
- (2) La découverte d'une modernité, spacieux, aéré, inspirant, pacifique
- (3) Ambiance apaisée avec le bruit de la nature et des chants des oiseaux, zenitude,
- (4) parvis du centre Pompidou, le parc Martin Luther King,

- Mon art de vivre :

Renaissance et l'art de vivre culturel,

- (1) Art de vivre = kezaco ?
- (2) Habiter comme un poète,
- (3) Sans véhicules, avec des promenades,
- (4) Gastronomie, lecture, promenades en ville en découvrant ses changements (aménagement, commerces, lieux culturels)

Commentaire :

La question de ce qui fait patrimoine dans le Grand Paris du 21ème siècle est difficile à comprendre par les participants : ce qui fait patrimoine est ardu à identifier. Car Paris, le Grand Paris, est un tout organique. En isoler des pans, des éléments, ne fait pas sens.

De même, l'idée d'art de vivre est difficile à cerner, à expliciter avec des mots. Deux des quatre participants ont néanmoins retenus des lieux précis.

Les lieux, les panoramas et les bâtiments mentionnés sont des lieux touristiques et/ou emblématiques traditionnels. C'est-à-dire des indications tout-à-fait normatives. La totalité des lieux cités sont des lieux parisiens (sauf peut-être l'Ile de la Jatte), la banlieue est absente de ces représentations.

Cela dénote d'une part une méconnaissance du patrimoine, pourtant riche, de la périphérie parisienne. Et de l'autre, une vision d'un ensemble cohérent et unique de la ville.

3. Les collages

Imaginons la ville du 21ème siècle dans laquelle nous voulons vivre. Eléments de methode

Un ensemble diversifié de photographies imprimées sur papier blanc est proposé aux participants. A ce corpus s'ajoutent des photos apportées par d'autres personnes présentes à cette journée. Le thème "Imaginons la ville du 21ème siècle dans laquelle nous voulons vivre" implique qu'il s'agit de la région parisienne au sens large et du

l'ancien, du présent et du futuriste (le pont habité qui relie les différents espaces du territoire, le patrimoine historique, les immeubles de grande hauteur végétalisés, etc.)

Dans ce Grand Paris du 21^{ème} siècle, on trouve du patrimoine historique (Château de Vincennes, Opéra Garnier...), de l'architecture 19^{ème} (pavillon Baltard), de l'architecture futuriste et de grands panoramas ouverts, dégagés.

La ville du 21^{ème} siècle "dans laquelle nous voulons vivre", est constituée de lieux de savoir (Sorbonne, amphithéâtre universitaire), de culture (lieux de spectacle), d'éléments visuels esthétiques (verrière des Galeries Lafayette), de promenades urbaines (arcades de l'avenue Daumesnil), de places et de lieux de sociabilité (terrasses de cafés, brocantes, soirées festives en plein air). Tout cela dans une trame de verdure / végétation et d'eau. L'alimentation proposée est saine (marché, fruits et légumes). La ville est solidaire (aides aux personnes fragiles). Les enfants, représentant l'avenir de l'humanité, y ont totalement leur place (salle de classe, jeux pour enfants, skate-park). Bien entendu, la ville est connectée.

En effet, la ville future sera verte ou ne sera pas ! C'est ce qu'induit, dans ces collages, la présence de canaux et de nombreux vélos, les images de végétation et végétalisation de la ville. L'espace public y est vivant, animé, joyeux.

La ville de demain est couleurs, culture de rue (street art, graphes) et culture traditionnelle (musées). L'art de vivre à la française continue d'y avoir une place importante (produits du terroir : le pain et le vin). Le commerce de proximité s'y maintient (les centres commerciaux sont absents des collages).

En revanche, la recherche scientifique (apanage des villes monde) semble avoir une place marginale dans la ville du futur (l'image proposée d'un scientifique en laboratoire a été retenue puis écartée et à nouveau retenue pour être définitivement écartée des collages).

La mondialisation pousse à une standardisation des visions de la ville de demain et de ses valeurs : écologie, végétalisation, déplacements doux, ville connectée sont des mots clés. Le même exercice réalisé dans d'autres grandes villes du monde aurait vraisemblablement mis en avant ces mêmes mots clés. Il n'en reste pas moins que Paris se différencie des autres villes par son ambiance urbaine et son patrimoine bâti (terrasses de cafés, l'art de vivre à la française — pain, vin, produits du terroir, l'Opéra de Paris, le métro parisien, les Galeries Lafayette, Belleville).

Le traditionnel triptyque touristique, marqueur de la ville aux yeux des étrangers, Tour Eiffel - Montmartre - Notre Dame n'est pas présent dans les collages. C'est bien le Paris métonymique (c'est-à-dire le territoire parisien élargi à ses couronnes) qui est représenté dans les collages (basilique Saint Denis évoquant les rois de France), le Paris à la fois éternel et en permanente transformation.

Paris sera toujours Paris. Le grand Paris sera-t-il aussi toujours le Grand Paris ?

Madame la maire j'ai une autre idée :

1. la métropole en réseaux

Objectif : lier toutes les communes et quartiers du Grand Paris métropolitaine

Description : créer des plans et chemins agréables entre les communes du GRAND PARIS

2. Améliorer réellement les transports individuels

Objectifs : lutter contre le changement climatique et la pollution de la ville

Description ; promouvoir l'usage du procédé Pantore sous les moteurs des véhicules en l'installant sur les flottes. Cela aura deux effets : - agir réellement de suite efficacement (-20-30 % de consommation) - cesser l'ostracisme primaire et discriminant anti-automobiliste qui handicape et exclu les banlieusards.

Atelier N°2 : « la ville mondialisée, penser les échanges interculturels »

Invitée : Anna Diarra, fondatrice de la [Maison des Volontaires](#). La Maison des Volontaires est un nouveau lieu d'hébergement et de service des jeunes volontaires européens soutenu par la Ville de Paris. Elle ouvre à Paris 13ème à partir de septembre 2015. Elle s'articule autour de 3 espaces : le Home (hébergement), le Lab (Centre ressources), la Scène (diffusion, événements).

Il s'agissait dans cet atelier de discuter la propositions suivante : « *Bonjour mon jeune voisin - Créer du lien social international par l'accueil d'échanges internationaux / Organiser l'accueil par les habitants du grand Paris et l'encadrement d'un groupe permanent de 30 jeunes européens, chargés d'activités bénévoles par des associations locales pour l'aménagement d'espaces verts, la gestion de jardins partagés et l'animation des espaces de loisirs pour des missions d'une semaine à un an.* »

1° Discussion de la proposition

Pour	Contre	Conditions de faisabilité	Développement possible
<ul style="list-style-type: none">* La durée : un an c'est bien pour véritablement apprendre quelque chose* L'accueil par les habitants* L'interconnaissance par l'action* L'intermédiation par les associations locales, conditions pour une bonne intégration avec le territoire* L'enrichissement entre jeunes* L'exemple : voir des jeunes impliqués dans un échange de jeunes peut donner envie à d'autres jeunes de tenter l'expérience	<ul style="list-style-type: none">* Si les jeunes sont bénévoles et non rémunérés, cela risque d'être difficile pour eux* De même que s'investir sur la longue durée n'est pas évident* Pourquoi juste des jeunes européens ? → viser aussi d'autres catégories de populations et d'autres continents* ne pas restreindre non plus le champ des missions possibles	<ul style="list-style-type: none">* Il faut un lieu d'accueil, ce n'est pas facile d'accueillir pour les habitants pendant un an, c'est un gros investissement et il faut avoir l'espace pour le faire* La durée d'un an est peut-être trop longue à gérer* 3 publics à mobiliser : jeunes / habitants / associations locales → compliqué* Si les jeunes ne sont pas rémunérés il faut envisager une prise en charge globale de leur mission et présence	<ul style="list-style-type: none">* A l'intérieur du grand Paris, des échanges de classes pourraient être organisés (voir idée Madame la maire j'ai une idée)* Plus globalement, tout jeune du grand Paris devrait pour voir pratiquer des échanges de classes à l'international afin d'apprendre les conditions de la mobilité internationale

Discussion :

Cette idée n'est pas neuve, des échanges interculturels se pratiquent déjà entre jeunes européens (chantiers de jeunes, volontariat). Ce qui est intéressant ici c'est de créer du lien avec le territoire via les associations locales et les habitants. C'est souvent ce qui fait défaut aux chantiers de jeunes internationaux, l'imprégnation du territoire par

manque de contact avec la population habitante.

L'autre point intéressant que cela soulève c'est la question de l'âge, à quel âge peut-on/doit-on faire des échanges interculturels ? Cela ne devrait-il pas se pratiquer dès l'école ? Et plus tard dans la vie adulte dans quelles circonstances pouvons-nous pratiquer les échanges interculturels organisés ?

D'après Anna Diarra de la Maison des Volontaires, de nombreux dispositifs existent équivalents à Erasmus pour les étudiants mais qui ne sont pas connus des professionnels. Au-delà de l'âge c'est donc également au monde professionnel qu'il faut penser dans cette orientation de la ville mondialisée et décroïsonner les personnes susceptibles d'être concernés par ces échanges (catégories populaires, artisans, artistes, associations...).

Enfin dernière remarque concernant cette idée, c'est celle de la capitalisation : à quoi cela sert, qu'est-ce que cela devient ces échanges interculturels de jeunes ? Qu'est-ce qu'on en fait in fine (restitution, réseau de jeunes européens,...) ?

Atelier de co-construction :

Nous avons à partir de cette proposition envisagé de travailler sur les circonstances de l'accueil de ces échanges à travers l'invention d'un « lieu des échanges du monde » et de programme d'échanges.

A quoi ressemble « le lieu des échanges du monde » ?

1° C'est une grande maison à tiroir, une commode à tiroir où l'on peut faire de la cuisine collective, aussi bien que produire de la musique et faire des concerts, c'est un lieu d'hébergement

2° C'est un festival, une foire, un forum avec des espaces thématiques, culturels, linguistiques, une agora, c'est un grand espace où tous les âges et tous les pays peuvent se rencontrer, l'accueil des enfants y est prévu

Que fait-on dans le lieu des échanges du monde ?

1° C'est un lieu d'accueil des langues du monde, toutes langues, patois et dialectes sont représentés, se découvrent et s'apprennent sous forme de cours et d'ateliers d'alphabétisation

2° C'est le lieu de l'échange de ce qui se passe ailleurs, c'est comme le réceptacle de toutes les initiatives pédagogiques, éducatives, citoyennes, culturelles en provenance du monde, toutes les personnes qui le fréquentent apportent des informations sur des initiatives de leur pays

3° C'est un lieu de pratique de l'universel, comment il se renouvelle et se partage : la cuisine, la musique, le jeu, les langues, les médias (médiathèque), les sports (Association [Ping sans frontières](#)) s'y exercent comme éléments communs à tous mais différents

Comment fonctionne le lieu des échanges du monde ?

1° C'est un lieu où l'on pratique la co-responsabilité et la co-construction sous forme d'échange de savoir-faire et de service (« accorderie »), c'est le principe du « je donne,

je reçois »

2° C'est un lieu où l'on peut financer des micros-projets de fonctionnement par un système de tontine, ancêtre africain du crowd funding et qui s'autofinance aussi par des savoirs faire rémunérés ou des tarifs d'hébergement

3° C'est un lieu de convergence pour et avec les habitants qui peuvent venir y trouver des ressources culturelles ou de services mais qui peuvent aussi être forces de propositions en termes de savoir faire

4° La gestion du lieu pourrait être confiée à une association locale

Exemples d'échanges de jeunes possibles :

- Les futurs souhaitables dans le monde : échange sur les initiatives qui transforment le monde
- Les systèmes « d » de la jeunesse : la « débrouille » mondialisée
- L'aide à la personne, action solidaire intergénérationnelle
- Echange de formation qualifiante pour jeunes sans qualification
- Jeunes artistes, vidéastes, plasticiens : le voyage métropolitain, le grand paris, extra-intra, la Paris d'hier, aujourd'hui et demain, aboutit à une expo ou un film

Atelier n° 3 : le Grand Paris du savoir et de l'ère numérique

Nom de la proposition : __ Université internationale du numérique _ _ _ _ _

Se servir d'une part de la beauté unique dans la métropole que constitue la confluence des canaux de l'Ourcq et Saint-Denis et ses espaces verts, d'autre part la fonctionnalité des divers lieux culturels, scientifiques sportifs . Utiliser les deux très importants bâtiments en face de la Cité des Sciences (Salles d'amphi), les travées de la Cité des Sciences (salles de travaux dirigés) et les anciens magasins généraux propriété d'Icade (salles de travaux dirigés) en transférant les pépinières et incubateurs s'y trouvant vers les communes de Pantin et d'Aubervilliers. Au conseil d'administration, la ville de Paris serait majoritaire avec l'Etat ce dernier passant des conventions internationales avec d'autres Etats (je pense notamment aux Etats-Unis, la Chine et l'Inde !) et/ou avec d'autres établissements internationaux. Dans l'attente d'un conventionnement en tant qu'université cet établissement serait une école numérique de la ville de Paris. NB : Bibliothèque Numérique : Enceinte même de la Cité des Sciences Lieux culturels : Cité de la Musique, Trabendo et Zénith , différents théâtres dont celui de la Villette, différents artistes de cirque présents à la Villette, Cinémas (UGC MCDONALD, Mk2 quai de Loire et Quai de Seine ...+ 1Ciméma ARTS ET ESSAI VOST à construire) Sport :Stade Jules Landoumègue, Piscine quai de Gironde+ équipements à construire

Pour	Contre	Conditions de faisabilité	Développement possible
<ul style="list-style-type: none"> - Ingrédients hétérogènes pour fertiliser la pensée - Quartier à la frontière entre Paris et la banlieue - Dans des locaux existants - Amélioration des services pour le quartier 	<ul style="list-style-type: none"> - Cargo déjà existant - Toujours dans Paris (centralisation) - Numérique est déjà rentré dans le réel - Ecole numérique physique - Incohérente parce que le numérique n'a pas besoin de 	<ul style="list-style-type: none"> - Moins d'anarchie - Grand Paris et numérique = réseau dans le réseau, - Rencontrer les gens. Emergences dans le monde physique qui s'appuient sur ces réseaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Attention à la fracture numérique - Droit à l'apprentissage du numérique dans chaque commune

L'atelier avait ensuite pour tâche de proposer ce que serait un MOOC du Grand Paris.

C'est quoi ce MOOC ?

Une boîte avec un tas de trucs et chacun vient y chercher ce dont il a besoin. Une plateforme collaborative où un certain nombre d'acteurs échangent. Il s'agit d'une infrastructure qui permet d'accéder à l'information, de la rechercher, de contribuer à sa diffusion. C'est une sorte de plateforme d'apprentissage à l'évolution dans le Grand Paris, un outil de compréhension active permettant de faire connaissance avec le Grand Paris en train de se faire. Le MOOC du Grand Paris doit permettre de nous « métropolliniser » dans une forme nouvelle permise par l'ère numérique.

Les 4 mots qui le définiraient sont :

CONNAISSANCE - INTERACTIVITE et ECHANGES - FORMATION - EVOLUTIVITE

A quoi il sert ?

Le MOOC doit permettre de trouver la bonne information, de comprendre la façon d'utiliser cette dernière et de l'articuler avec d'autres. Il doit également donner les outils pour reproduire cette information, la rediffuser. L'enjeu d'un tel outil est son appropriation par les utilisateurs, il repose sur leur participation pour améliorer la qualité de l'information et pour que cette plateforme soit « vivante ». Il doit permettre de se former tout en étant formé par les autres, d'être élève et maître à la fois. Par la participation des utilisateurs, le MOOC peut aussi permettre de développer la citoyenneté active. En révélant le Grand Paris, il permet aux habitants de mieux vivre dedans et il crée du lien entre les acteurs voire de la relation humaine physique. C'est un outil qui permet de donner du sens à l'action de chacun dans ce nouvel environnement et de mieux le comprendre. Il est nécessaire que tout le monde soit intégré à son fonctionnement.

Quel en est le contenu ?

Plus que de l'information factuelle sur les projets du Grand Paris, il s'agit de montrer que le Grand Paris est en train d'être construit et de le faire comprendre via ce MOOC.

Il faut que le contenu soit à cheval entre le Grand Paris et le numérique car le Grand Paris et ses différentes facettes évoluent dans un environnement numérique. Ce MOOC doit donc permettre de mieux comprendre le Grand Paris (pourquoi ? comment ? ...) et de mieux saisir les enjeux et les nouvelles questions que pose l'ère numérique.

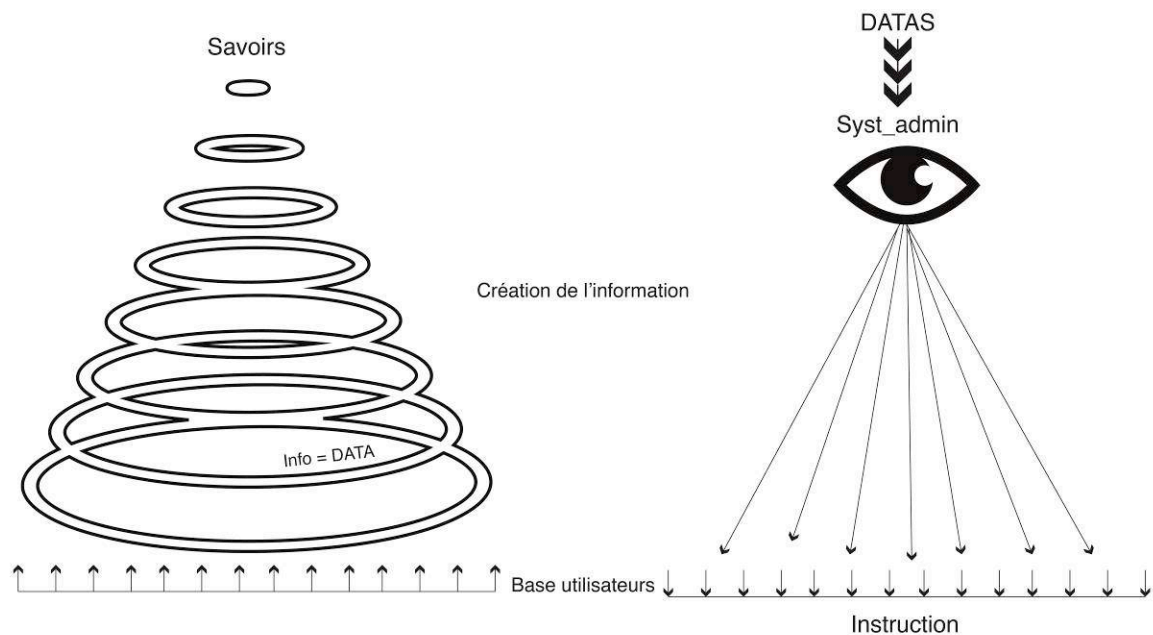
L'enjeu est de proposer une approche de la citoyenneté numérique tout l'appliquant à l'espace du Grand Paris.

Par exemple : à partir de l'apprentissage de la collecte de données et de la manière dont elles sont captées (air, flux, santé, sécurité...), il s'agit de les rendre disponibles (OpenData) et d'apprendre à chacun comment bien utiliser les données.

Plan / cheminement du MOOC :

Cette question est très difficile à ce stade. S'il est construit en OpenSource avec une communauté d'utilisateurs qui le développe et non par un opérateur unique (Ville de Paris, Google, ...) il est plausible que le cheminement ne sera pas le même. Le WEB et ses potentialités de fonctionnement à l'horizontal doivent être exploitées pour ce genre d'outil.

Représentation schématique fonctionnement centralisé vs fonctionnement par la base.



Exclus

Schéma 1

Schéma 2

C'est pourquoi, ce MOOC doit proposer en premier lieu une formation à l'utilisation du numérique comme support de citoyenneté (un peu à la manière du budget participatif de la Ville de Paris où les différents contributeurs sont aujourd'hui invités à faire campagne dans leur quartier pour leur projet).

Objectifs pédagogiques :

Le MOOC doit comporter 3 aspects :

- Théorique : afin de révéler notre condition dans le Grand Paris,
- Pratique : comment transformer les données OpenData en savoirs ?
- Critique : comment interpréter les données présentées ?

L'un des enjeux d'apprentissage est de comprendre comment transformer des données en savoir ?

Information = datas

Savoir = datas transformées

Le MOOC doit permettre de révéler les incarnations du Grand Paris afin de donner à sentir le pouls du Grand Paris et de permettre d'y participer.

Le MOOC doit impérativement s'adapter aux demandes et besoins de ses différents utilisateurs.

Comment on le fabrique ?

La question de la fabrication est intimement liée à celle de son financement.

Trois solutions très différentes sont alors envisageables :

- un acteur dominant est le maître d'ouvrage (la Métropole du Grand Paris qui lance un appel à projet par exemple...) et pilote alors sa mise en œuvre,
- une fédération de partenaires (publics, privés, associations...) porte le projet et échange sur sa mise en place,

- les gens qui s'en servent et le construisent le financent, c'est un projet qui part de la base,

Les solutions proposées ne s'opposent pas forcément...Il serait pas exemple possible de créer un site : « Concevoir le MOOC du Grand Paris » pour commencer à travailler ensemble à sa conception.

L'enjeu est celui de l'utilisation du MOOC, si les utilisateurs ont intérêt à participer à sa conception, une forme de concurrence (plus proche de la collaboration que de la compétition) s'instaurera et l'outil fonctionnera mieux.

Si un acteur dominant décide de lancer sa conception, quels sont les garde-fous démocratiques mis en place ?

Comment il fonctionne ?

Le site doit être administré en peer-to-peer (schéma 1) et non par un administrateur système (sys_admin dans schéma 2). Il doit être le plus neutre possible et organiser la remontée de l'information afin de permettre de trouver l'information que l'on cherche dessus. Enfin, il est impératif que ce MOOC se traduise par des liens avec le monde physique (moments de rencontres et d'échanges).

Atelier n°4 : L'imaginaire du Grand Paris à l'international (atelier de création graphique)

Nom de la proposition : __ L'imaginaire du Grand Paris à l'international _ _ _ _

Création d'un logo identifiant la métropole pour la rendre lisible et favoriser son rayonnement.

Pour	Contre	Conditions de faisabilité	Développement possible
<ul style="list-style-type: none"> • Indispensable 	<ul style="list-style-type: none"> • Le logo parlera-t-il à l'international ? • Le public international est-il vraiment la cible ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire converger un logo citoyen et un logo rayonnement. • Faire un pont, entre la métropole et l'extérieur et entre les différents territoires de la métropole. • Le slogan devra être porté vers l'avenir. Pour un des participants, « le logo et la devise de la mairie de Paris sont devenus ringards ». 	<ul style="list-style-type: none"> • Le binôme logo-slogan pourra se développer, se décliner sous la forme d'une marque qui pourrait prendre place dans un univers de valeurs.

Les mots clés :

Mots clés n° 1 et signification

- Humanisme : la métropole ne doit pas oublier son aspect citoyen + Paris est l'une des terres de l'humanisme
 - Unir : Réunir le centre et la périphérie, réunir le Paris des lumières et la réalité
 - Communauté : La métropole est avant tout une communauté humaine (avec ses clivages, ses divisions, ses différences évidemment)
- Vivre Visiter : donner envie de venir découvrir le territoire

Mots clés n° 2 et signification

- Attraction Rayonnement : Donner envie
- Culture : Une des spécificités du Grand Paris qu'il faut montrer : une offre et une innovation culturelle, un patrimoine, du multiculturalisme, un art de vivre (qui projette l'art de vivre à la française).
- Métropole : une ville attractive et puissante
- Révolution : Ce n'est pas un appel à la révolution, mais plutôt une double évocation : c'est de Paris qu'est partie la Révolution française, qui a fait naître l'État dans lequel nous vivons, et qui a inspiré d'autres peuples. Si révolution sociétale il y a au XXI^e siècle, elle passera par Paris.

Mots clés n° 3 et signification :

- Libertés : On dit que « l'air de la ville rend libre ». Avec son cosmopolitisme, ces opportunités, son modernisme, tout paraît possible dans le Grand Paris
- Paris : Paris est incontournable, mais son évocation ne doit pas donner l'impression d'un Paris qui s'agrandit aux dépens de sa banlieue.
- Seine :
- Innovation : Le Grand Paris est une communauté en mouvement. C'est le progrès, l'innovation démocratique, culturelle, sociale, technologique...

Ces mots clés sont regroupés en 3 grandes notions :

- Citoyenneté et vivre ensemble
- Rayonnement
- Innovation

3 marqueurs territoriaux sont également intégrés pour la suite de la réflexion :

- La métropole

- Paris
- La Seine

Le Slogan

Plusieurs slogans en français et en anglais sont proposés :

- Grand Paris, citizen for a new world
- Grand Paris, city of lights
- World City zen
- World Trade City
- Paris Cité
- Paris Light
- Grand Paris, métropole-lumière, reprendre le flambeau
- Parister (clin d'œil aux hipster)
- Paris en Grand
- Paris, la cité
- Great, Paris
- Global Paris
- Extra-Muros
- Extra-Paris

L'idée d'utiliser la lumière dans le slogan s'impose, car elle symbolise à la fois la citoyenneté (les Lumières), le rayonnement et l'innovation (le progrès technologique, la lueur à suivre).

Faut-il un slogan en anglais ou un slogan en français ?

Pour communiquer à l'international, l'anglais est plus commode. Dans le même temps, Paris, capitale de la France, capitale de la Francophonie, n'a peut-être pas forcément vocation à communiquer en anglais. De plus, utiliser l'anglais ne servirait pas l'image d'un Grand Paris leader, mais suggérerait plutôt un Grand Paris qui se place dans les pas des autres grandes métropoles.

Un premier slogan obtient l'unanimité des participants :

- Grand Paris, Métropole Lumières.

Ce slogan porte plusieurs avantages : il est en français, mais il est également compréhensible par les étrangers, notamment les anglophones. Métropole est un mot transparent. La référence au Siècle des Lumières ou à la Ville lumière (sans traduction) est connue à l'étranger. Ce slogan allie également la modernité avec le terme métropole et l'héritage avec le terme Lumières.

Un deuxième slogan en anglais est accueilli favorablement

- Grand Paris, Lights for Tomorrow.

L'idée véhiculée est légèrement différente. Le slogan symbolise davantage un Grand Paris qui fait référence à son passé prestigieux (lights = lumières) pour se tourner vers l'avenir (Tomorrow) et montrer le chemin.

Le logo

Plusieurs logos sont proposés (voir photos en PJ de ce CR)

Le logo présenté lors de la restitution a été réalisé avec l'aide d'un graphiste.

Tout en étant relativement, il recèle une multitude de sens et délivre plusieurs messages :

- Les étoiles/lucioles jaune-orange symbolisent à la fois le rayonnement de la métropole et le Grand Paris multipolaire. Même si la densité est plus importante au centre, aucune étoile n'est plus grande que les autres, symbolisant ainsi l'idée d'un Grand Paris multipolaire.

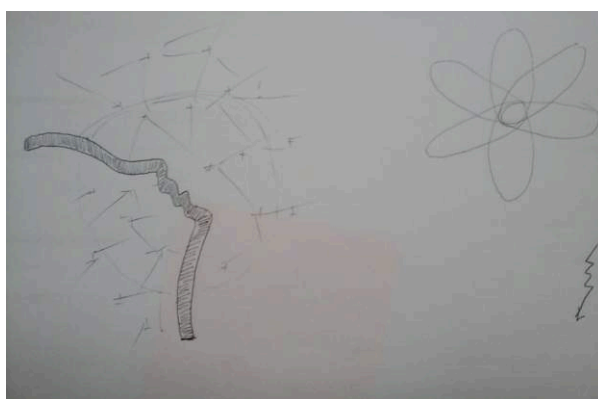
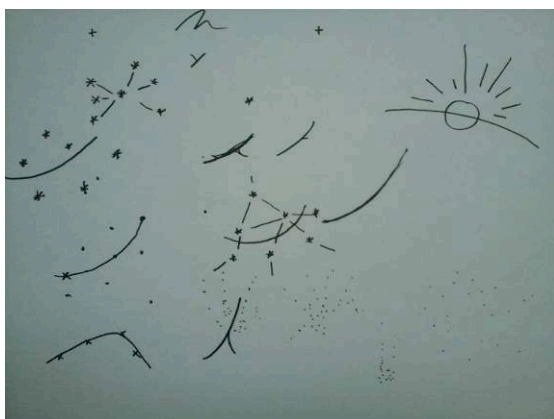
Ces étoiles sont reliées entre elles par des fils qui symbolisent la mise en réseau de ses différents centres.

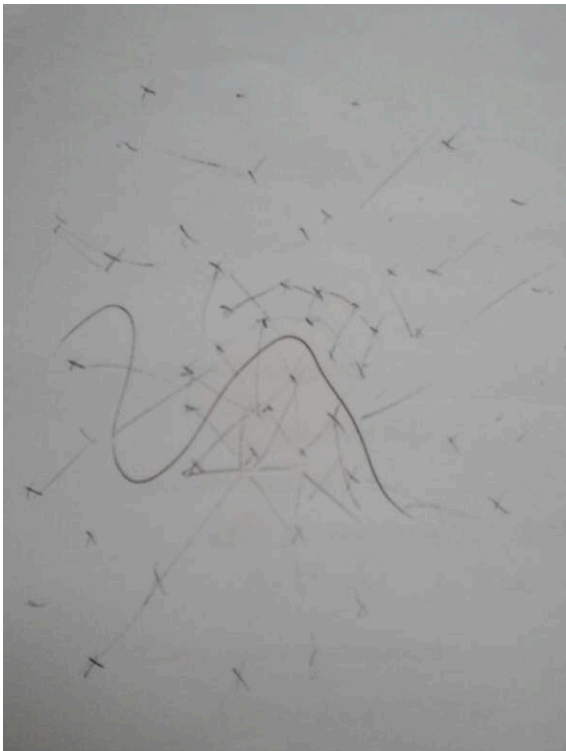
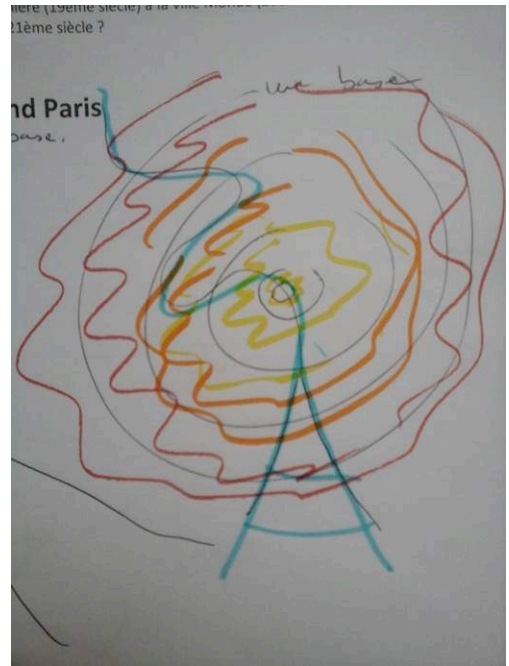
L'idée de représenter le Grand Paris par une série de cercles concentriques a rapidement été écartée, pour s'écarter le plus possible d'une représentation Paris-Banlieue et favoriser l'émergence d'une vision unitaire de la métropole.

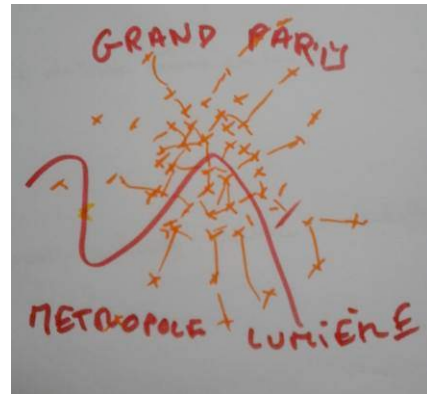
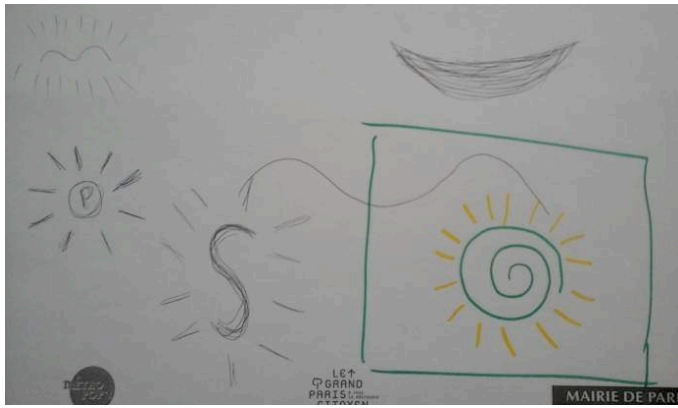
- La Seine représente à la fois le lien entre les territoires et le repère territorial commun à tous les métropolitains. Elle évoque le vivre ensemble

La Seine et ses méandres ont également l'avantage d'être assimilés à l'image de la capitale y compris depuis l'étranger. La forme de la Seine est légèrement déformée pour lui permettre de finir sa course pointée vers le haut et plus à droite (à l'est) qu'elle ne l'est en réalité, afin de symboliser l'idée de progrès et d'innovation.

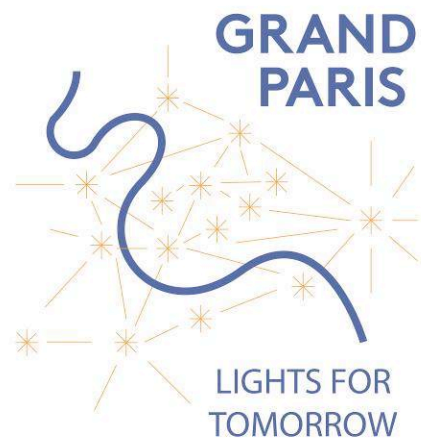
Les étoiles symbolisent une métropole bien structurée en interne, alors que le fond blanc évoque l'idée d'une métropole sans frontières, ouvertes sur l'extérieur (rayonnement).







Proposition graphique V1 :



Proposition graphique V2 :



Atelier n° 5 : le Grand Paris touristique de la métropole

Nom de la proposition : Semaine du tourisme

La Ville de Paris devrait aider les commerçants à améliorer l'accueil des touristes par exemple : - Perfectionnement aux langues étrangères -En partenariat avec la CCI de Paris développer les formations High Hospitality Academy

NB : c'est un projet à géométrie variable : la semaine peut être dense ou pas, nombreuses activités, nombreuses formations, ... selon les moyens. Idem pour les outils.

Pour	Contre	Conditions de faisabilité	Développement possible
<ul style="list-style-type: none"> • ciblage large des publics • répétition du message d'un support à un autre • résonance du message au fil de l'année et pas seulement pendant la semaine. • Un évènementiel : la semaine elle-même, avec création d'activité, voire d'emplois. 	<ul style="list-style-type: none"> • la pénibilité de certains métiers (bas salaires, horaires longs ou dispersés ou irréguliers, etc) ne favorise pas la disponibilité et l'amabilité des salariés du tourisme qui restent généralement des précaires souvent peu qualifiés et parfois corvéables. • Bien informer touristes et employeurs que la qualité du service n'est pas la servitude. 	<ul style="list-style-type: none"> • trouver des partenaires : • les moteurs : grands hôtels, grands magasins,... • les « petits originaux » qui offrent de l'insolite, de l'authentique, du différent ; • les hôtels de charme qui sont une composante importante • le financement pourrait associer ces partenaires aux collectivités territoriales et à l'État. 	<ul style="list-style-type: none"> • la manifestation pourrait devenir annuelle • elle pourrait aider au développement de petites structures, créer de l'emploi et redorer l'image du service. • La Mairie de Paris pourrait porter le projet et solliciter des partenariats avec les communes environnantes qui elles-mêmes pourraient faire des propositions.

NB : voir sur le site de la ville de **Tokyo** la diversité des parcours proposés, et l'importance des activités nature et sportives, notamment la plongée sous-marine quelque peu inattendue vu l'image très urbaine de la ville.

Objectif de l'idée 5875 : Améliorer l'accueil des touristes - formation High Hospitality Academy en partenariat avec la CCIP

Proposition :

- Créer une semaine du tourisme dans le Grand Paris, accompagnée d'une série d'outils de communication pédagogique sur l'amélioration de l'accueil, outils valides et accessibles sur une année entière.
- L'objectif est de faire se rencontrer les professionnels du tourisme pour un échange d'expérience, d'information et pour des formations *in situ* pendant la semaine du tourisme, puis à distance tout au long de l'année.
- Chaque parisien étant susceptible de guider, informer des touristes tout au long de l'année, sans oublier les guides occasionnels et les loueurs de meublés, ces formations seraient donc ouvertes à tous (formation continue, ou modules à prix abordables, etc).

Quand ? :

- Semaine du tourisme au mois de **Mai**, en début de la pleine saison touristique, même si le tourisme à Paris est, de fait, devenu permanent.
- Préparation et actualisation des outils de formation, sensibilisation, communication : dès les mois de **mars** pour qu'ils soient prêts et lancés au cours de la semaine du tourisme, puis disponibles tout au long de l'année sur divers supports.

Où ?

- **Grand Paris** : dans Paris *intra muros* et Paris *extra muros* simultanément, en créant des activités « incontournables » en *extra muros* de manière à inciter le maximum de participants à s'y rendre et découvrir de nouveaux lieux.

Qui le fait ?

- La CCIP + VP

Public multi-cible :

- en priorité (pour certaines formations spécifiques) les commerçants (bouche, mode, artisanat, etc), les hôteliers, restaurateurs, cafetiers...
- mais aussi : les personnels des transports publics et privés, les agents publics (policiers, pompiers...), le monde médical (médecins, infirmiers, pharmaciens) ;
- les guides occasionnels et tout un chacun.

Contenus :

- **Attitude physique d'accueil** : sourire, amabilité, acquisition du réflexe d'aller au-devant d'autrui, s'intéresser, garder une attitude positive et accueillante même en situation de tension, etc. S'inspirer des méthodes des compagnies aériennes asiatiques, voir comment les personnels y sont formés.
- **Cours de langues** : l'anglais, mais pas seulement : langues européennes, et aussi rudiments de langues orientales.
- **Sensibilisation aux différentes cultures** : mieux comprendre les touristes en comprenant mieux leurs besoins et habitudes et échanger avec eux sur les habitudes à Paris (bruit, propreté, etc).
- **Thématique annuelle** : par exemple un ou deux pays à l'honneur.
- **Les métiers du tourisme s'exposent** : sous forme de portes ouvertes *in situ* durant la semaine du tourisme, les professionnels exposent leur savoir-faire, leurs spécificités, leurs spécialités, mais aussi les influences extérieures. Exemple, cours de cuisine française (brasserie, bistrots), mais aussi, cours de cuisine en général, avec les multiples influences actuelles. Tout parisien peut ainsi s'informer au même titre que les professionnels, les touristes y sont également accueillis pour créer des occasions d'échanges.
- **Découverte d'itinéraires « hors des sentiers battus »** : occasion pour les professionnels et autres participants de découvrir ensemble de nouvelles possibilités touristiques insolites, alternatives, etc. Opportunité de créer des contacts et des relais d'information. Ces itinéraires bénéficieraient d'un fléchage en différentes langues et seraient ponctués de points d'information (que voir, en combien de temps, par quels moyens de transport...) sous forme de kiosques du tourisme. Exemple : les canaux et voies fluviales du GP, découverte des grands ensembles de telle ville et leur histoire, un itinéraire spectacle (cf : Macval), les bases de loisirs, etc. Possibilité d'élargir des itinéraires à des publics spécifiques comme à Tokyo (voir le site) : par exemple découverte de la ville pour les personnes en fauteuil.
- **Interventions de comédiens** dans les boutiques, sites commerciaux et sites touristiques pour sensibiliser les commerçants à l'accueil, avec humour et pédagogie.
- **Remise d'une distinction annuelle du meilleur accueil** (comparable au meilleur ouvrier de France, les baguettes d'or, etc).
- **Créer un réseau d'ambassadeurs du tourisme à Paris** : volontaires, professionnels du tourisme ou pas, mais qui se forment régulièrement.
- **Des témoignages** pourraient être utilisés comme exemples pédagogiques : « *J'ai eu une heureuse expérience en tant que touriste quand...* ». Peuvent faire l'objet de films courts (ou autres supports) et devenir outils de dialogue, débat.

- **Des incitations à la relation humaine plutôt que le strict rapport virtuel** pourrait être conseillé : exemple, certains bailleurs de meublés touristiques mettent un point d'honneur à recevoir eux-mêmes leurs hôtes plutôt que de se contenter d'un échange de clés sans rencontre.
- Ces contenus pourraient être pensés/ diversifiés en fonction de propositions faites directement sur un site du genre « Madame La Maire, j'ai une idée ».

Outils :

- **Des stickers à coller sur les vitrines** où serait inscrit « Bonjour » en français et en plusieurs langues de façon à inciter les touristes à apprendre au moins quelques rudiments de français, et aux parisiens d'apprendre quelques rudiments de politesse en d'autres langues.
- **Un site ressource**
 - **en e-learning**, sans calendrier, à consulter selon les besoins, mais sans cursus à proprement parler (donc différent d'un MOOC, qui par ailleurs est en préparation).
 - **En information touristique** : les lieux à visiter, les nouveaux itinéraires, les nouvelles activités culturelles, sportives, de plein air, de shopping... Guides gratuits et particulièrement sur le GP.
 - **Des applications téléchargeables** sur les smartphones.
 - Inclure dans ce site des **propositions touristiques pour les petits budgets**, car Paris est une ville chère.
- **Des films très courts** à diffuser sur les panneaux d'affichage Decaux : une proportion de panneaux pourrait être réservée à cet effet. Diffusion également sur le site ressource.
- **Une campagne d'affichage** du style de la campagne de la RATP sur la façon de se conduire dans le respect d'autrui (avec les animaux) : en l'occurrence, ce pourrait être le héros du quotidien qui vient au secours d'un touriste désorienté.
- **Des points d'information** sur les différents itinéraires proposés, avec plans, lieux à voir, modes de transport :
 - *in situ* : office de tourisme, boutiques et cafés affiliés, kiosques spécialement créés situés à proximité des gares routières (particulièrement pour les petits budgets) ou SNCF, etc
 - et en virtuel : le site ressource, les applications Iphone, panneaux Decaux.
- **Échanges de liens avec Que faire à Paris et avec les différents offices de tourisme** qui ne sont actuellement pas interconnectés : l'interconnexion manquante pourrait être presque réalisée via le site ressource par la présence de ces liens permettant au touriste ou au professionnel d'obtenir toute l'information disponible sur la découverte d'un lieu à l'occasion d'un déplacement : par exemple savoir qu'à proximité du Macval, existe Gare au Théâtre, etc.

- **Évaluation annuelle des outils**, actualisation et perfectionnement, lors de la préparation de la nouvelle édition de la semaine du tourisme.

IDÉE ADDITIONNELLE : « J'ai une autre idée »

Titre : application pour les voyageurs n'ayant pas d'idées.

À partir d'une adresse géolocalisée, suggérer différents lieux (musées, boutiques, restaurants...), faire des propositions : « vous êtes à 2mn/ 5mn / 10 mn de tel site, tel mode de transport est disponible, tels lieux intéressants sont situés à proximité. Préciser les tarifs, horaires et durée de visite.