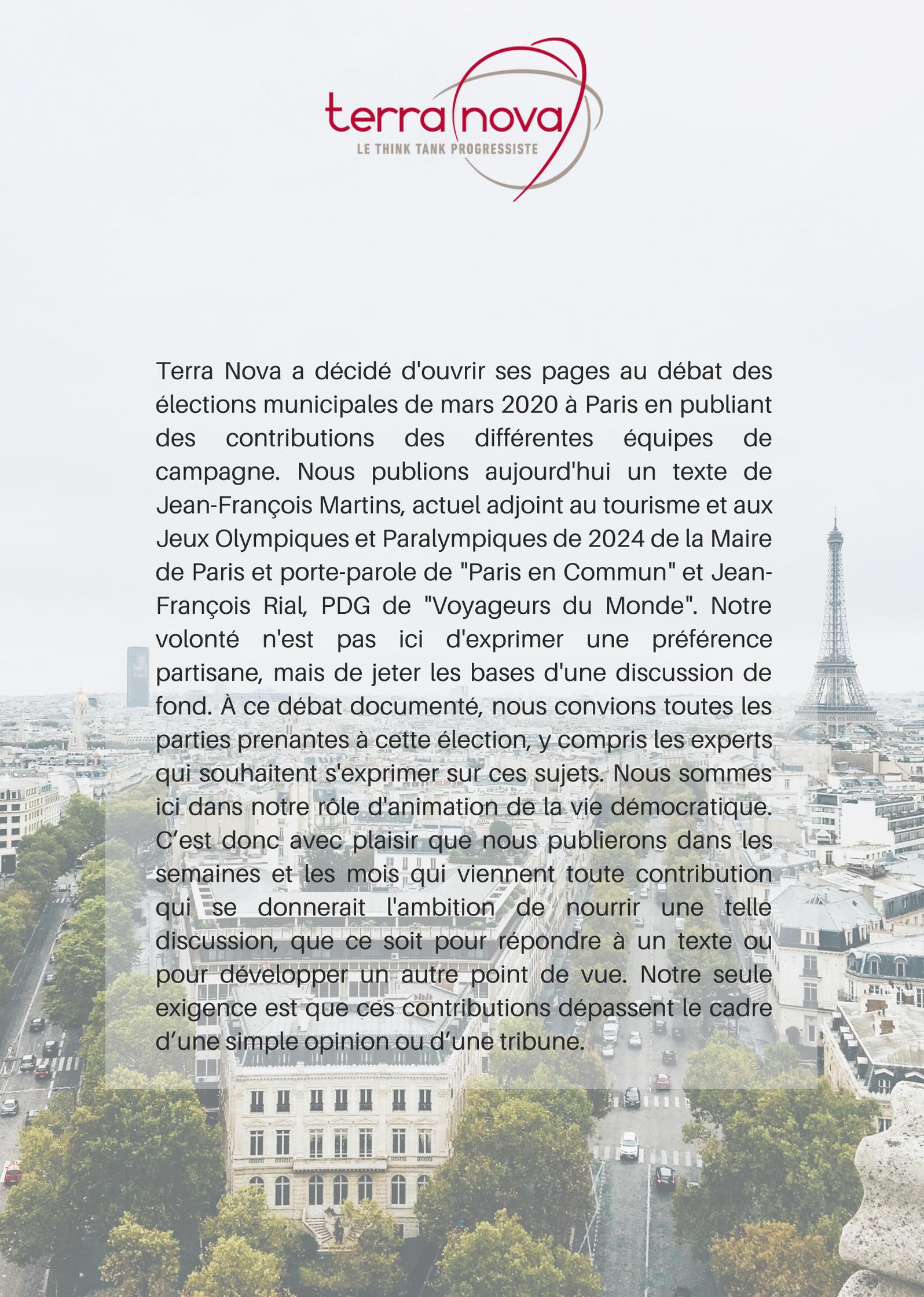


# POUR UN TOURISME À IMPACT POSITIF

Par Jean-François Rial  
et Jean-François Martins

11 DÉCEMBRE 2019



Terra Nova a décidé d'ouvrir ses pages au débat des élections municipales de mars 2020 à Paris en publiant des contributions des différentes équipes de campagne. Nous publions aujourd'hui un texte de Jean-François Martins, actuel adjoint au tourisme et aux Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 de la Maire de Paris et porte-parole de "Paris en Commun" et Jean-François Rial, PDG de "Voyageurs du Monde". Notre volonté n'est pas ici d'exprimer une préférence partisane, mais de jeter les bases d'une discussion de fond. À ce débat documenté, nous convions toutes les parties prenantes à cette élection, y compris les experts qui souhaitent s'exprimer sur ces sujets. Nous sommes ici dans notre rôle d'animation de la vie démocratique. C'est donc avec plaisir que nous publierons dans les semaines et les mois qui viennent toute contribution qui se donnerait l'ambition de nourrir une telle discussion, que ce soit pour répondre à un texte ou pour développer un autre point de vue. Notre seule exigence est que ces contributions dépassent le cadre d'une simple opinion ou d'une tribune.

## Pour un tourisme à impact positif

Jean-François Rial,  
*PDG de Voyageurs du  
Monde*

Jean-François Martins,  
*Porte-parole de Paris  
en Commun, adjoint à la  
mairie de Paris en  
charge des sports, du  
tourisme et des Jeux  
Olympiques et  
Paralympiques*

---

11 décembre 2019

### INTRODUCTION

Le tourisme est une belle industrie. Il fait, à de nombreux égards, la fierté de Paris. Créateur d'emplois et d'investissements, ascenseur social pour de jeunes Franciliens et vecteur d'influence culturelle pour Paris et pour la France, il structure depuis plus d'un siècle notre ville et sa prospérité.

De notre patrimoine à notre gastronomie, de nos artistes à nos commerçants, de la qualité de vie à la nature, tout à Paris concourt à l'expérience unique d'un séjour touristique. À ce titre, la prospérité à long terme de cette industrie est intimement liée à la préservation de ces atouts, y compris contre les menaces que le tourisme lui-même leur fait courir.

Leur préservation est également au centre des attentes des Parisiennes et des Parisiens. Ces derniers aiment leur ville, aiment y vivre, aiment y accueillir des voyageurs du monde entier... à la condition toutefois que ceux-ci ne mettent pas en danger l'équilibre fragile entre résidents et visiteurs au cœur même de la ville la plus dense d'Europe.

Barcelone, Venise, Dubrovnik, Berlin... on ne compte plus les villes qui, au cours des dernières années, ont dû faire face aux protestations de leurs habitants contre le tourisme. Ces mouvements – qualifiés de « tourismophobie », de « surtourisme » ou d'« *overtourism* » – nous appellent à mesurer que les grandes mutations des décennies qui viennent de s'écouler (massification du tourisme, dérégulation par certains géants de la tech...) sont venues chambouler des écosystèmes urbains fragiles.

Les destinations touristiques de pleine nature ont entrepris, depuis le début des années 2000, de transformer leurs pratiques, et celles des touristes, pour protéger leur patrimoine naturel et, *in fine*, le tourisme à long terme. Aujourd'hui, dans le même esprit, c'est aux

villes de protéger leur patrimoine urbain, bâti et immatériel, et de penser les nouvelles manières de les faire visiter, plus respectueuses des écosystèmes et des habitants. C'est la philosophie de ce travail mené conjointement par un professionnel reconnu du tourisme et par un élu en charge de politiques publiques touristiques depuis six ans.

La question écologique et le respect des habitants ne sont pas une menace pour le tourisme. Ils sont au contraire une occasion unique pour les destinations de se réinventer, de proposer un tourisme de valeur et de multiplier les expériences d'échange entre touristes et locaux. Ils sont aussi l'occasion de promouvoir d'autres lieux, d'autres quartiers, tant pour lutter contre la saturation des espaces les plus fréquentés que pour étendre les bénéfices de l'économie touristique à tous les quartiers.

Ville de l'Accord sur le climat et ville la plus visitée au monde, Paris a la responsabilité d'inventer ce *tourisme à impact positif*. C'est le sens de ce travail et des propositions que nous soumettons au débat public parisien.

## **PARTIE I : PARIS FACE AUX RISQUES DU SURTOURISME ET DU TOURISME DE PRÉDATION**

### **1. SURTOURISME, TOURISMOPHOBIE... ET SI CE N'ÉTAIT PAS QU'UNE QUESTION DE CHIFFRES ?**

**a. L'augmentation des flux touristiques, un phénomène mondial qui touche l'ensemble des destinations urbaines, mais qui n'explique pas à lui seul la montée du rejet des touristes par les habitants des villes**

En janvier 2019, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) annonçait que « le total des arrivées de touristes internationaux s'était élevé à 1,4 milliard en 2018<sup>1</sup> ». Ce chiffre, en croissance de 6 % par rapport à 2017, est le deuxième plus fort taux de croissance depuis 2010. Selon l'étude prospective à long terme de l'OMT, la barre des 1,4 milliard d'arrivées ne devait pas être atteinte avant 2020. Elle a finalement été franchie avec deux années d'avance.

Nous assistons, depuis le début de la décennie, à une accélération de la croissance du tourisme international. Le nombre d'arrivées de touristes internationaux a presque été multiplié par trois en moins d'un quart de siècle : on ne comptait encore « que » 500 millions d'arrivées de touristes internationaux en 1995. D'ici à 2030, nous devrions atteindre le chiffre de 1,8 milliard.

Cette croissance fulgurante s'explique à la fois par le développement économique mondial et par les fortes croissances des pays émergents, dont les nouvelles classes moyennes aspirent au voyage, et se combine avec un assouplissement des règles de délivrance de visas et une meilleure connectivité aérienne, notamment sur les réseaux de villes secondaires. Un lien peut également être fait avec le développement des usages digitaux à travers le monde : se renseigner sur les destinations, réserver sa chambre d'hôtel et ses billets d'avion sans intermédiaire sont devenus un jeu d'enfant. Enfin, la baisse des tarifs aériens et les nouvelles formes de tourisme participatif ont réduit considérablement le coût des voyages.

---

<sup>1</sup> <http://www2.unwto.org/fr/press-release/2019-01-21/les-arrivees-de-touristes-internationaux-atteignent-14-milliard-deux-ans-pl>

Le monde assiste donc, depuis le début des années 2000, à un fort développement du tourisme, tout particulièrement dans les villes. Selon l'OMT, 95 % des touristes mondiaux se concentreraient sur moins de 5 % des terres émergées<sup>2</sup>, expliquant les tensions exacerbées sur certaines zones.

Ce développement n'a cependant pas partout les mêmes impacts. Certaines villes connaissent plus de tensions que d'autres : Barcelone, Amsterdam, Berlin, Venise ou Dubrovnik ont connu, ces trois dernières années, des mouvements de contestation du tourisme de la part de leurs habitants. Ce phénomène repose-t-il uniquement sur l'aspect quantitatif du tourisme ? Le tableau ci-dessous montre que ni le nombre brut de touristes, ni celui des touristes rapporté au nombre d'habitants ne constituent un indicateur suffisant pour expliquer ces contestations. Barcelone présente par exemple un ratio de visiteurs/habitants moins élevé que New-York. Un bon indicateur de saturation touristique pourrait être le nombre de touristes ramené à la superficie de la ville. Cependant, un tel indicateur n'est guère plus éclairant. À titre d'exemple, la ville de Berlin, qui a fait face à des mouvements anti-touristes, présente une faible densité touristique.

*Ratio nombre de touristes vs habitants*

	Nombre d'habitants (en M)	Nombre de touristes (M)	Ratio touristes /habitants
<b>Londres</b>	8,9	20,4	2,3
<b>Berlin</b>	3,7	13,5	3,6
<b>Paris (Grand Paris)</b>	6,7	38	5,7
<b>Barcelone</b>	5,5	32	5,8
<b>New York</b>	8,6	65,2	7,6
<b>Paris (intra-muros)</b>	2,1	16,5	7,8
<b>Amsterdam</b>	0,82	18,5	22,5
<b>Venise</b>	0,26	25	96,1

<sup>2</sup> <https://www.banquedesterritoires.fr/tourisme-de-masse-manne-ou-calamite>

### *Ratio nombre de touristes vs superficie*

	Superficie (km2)	Nombre de touristes (M)	Densité touristique (nb touristes/km2)
<b>Londres</b>	1572	20,4	12 977
<b>Berlin</b>	891,8	13,5	15 137
<b>Paris (Grand Paris)</b>	814	38	46 683
<b>New York</b>	783,8	65,2	83 184
<b>Amsterdam</b>	219,3	18,5	84 359
<b>Paris (intra-muros)</b>	105,4	16,5	156 546
<b>Barcelone</b>	101,9	32	314 033
<b>Venise<sup>3</sup></b>	29,86	25	837 240

#### **b. Le rejet du tourisme intervient quand les externalités négatives de cette activité sont supérieures aux bénéfiques pour les habitants**

Plus que le nombre de touristes, ce sont donc aujourd'hui les formes de tourisme qui doivent être questionnées pour expliquer l'impact de cette activité et son rôle dans les réactions des habitants. D'après l'enquête internationale « Residents Sentiment Index<sup>4</sup> » de TCI Research, des villes comme Barcelone<sup>5</sup> et Amsterdam voient près d'un résident sur cinq rejeter le tourisme et même souhaiter que leur ville cesse toute action de développement touristique.

Le tourisme est un contrat tacite passé avec les résidents. Ces derniers sont prêts à accepter son développement dans leur ville, à condition que cela les impacte positivement : développement économique, création d'emplois, participation à l'entretien du patrimoine, à la diversité culturelle et événementielle, etc.

En revanche, lorsque le tourisme devient une économie de prédation et entraîne une augmentation des nuisances, le développement de la pollution, la réduction du parc de logements, l'augmentation du coût de la vie, la congestion, la perte de singularité des

---

<sup>3</sup> Nb : pour Venise la superficie retenue est celle du centre ville + des principales îles

<sup>4</sup> <https://tci-research.com/travelsat/travelsat-resident-sentiment-index/>

<sup>5</sup> Entretien d'Éric Jeunemaitre, président du CRT Ile-de-France, dans *Industrie Hôtelière*, novembre 2019.

commerces, le contrat initial est rompu. On se trouve alors dans une situation où l'augmentation du nombre de visiteurs, au lieu de contribuer à la prospérité de la ville, dégrade la qualité de vie des habitants. C'est à ce moment précis que naissent le rejet du tourisme et la tourismophobie. À Barcelone, ce sont le développement d'Airbnb et la réduction du nombre de logements, ainsi que l'augmentation des loyers dans certains quartiers, qui ont mis le feu aux poudres. À Amsterdam, outre le comportement excessif de touristes venus faire la fête dans le Quartier rouge, c'est aussi la modification des commerces qui a été pointée du doigt comme élément du sentiment de captation de la ville par les visiteurs au détriment des locaux.

### **Les villes européennes face aux mouvements organisés de rejet du tourisme**

À Barcelone, le quartier gothique de Ciutat Vella se vide de ses habitants. En 2015, on ne dénombrait plus que 15 624 habitants, contre 27 470 en 2006. 63 % d'entre eux sont désormais des habitants « flottants », c'est-à-dire des personnes qui louent de manière très temporaire en raison de la hausse des prix. En réaction, la ville a sanctuarisé le périmètre situé entre les Ramblas et le Barrio Gótico, où il est désormais impossible d'ouvrir un nouvel établissement hôtelier ou d'accroître le nombre de lits dans les structures existantes.

Dans le vieux quartier de Alfama à Lisbonne, il est aujourd'hui difficile de trouver un loyer à moins de 1.000 euros par mois, un montant extrêmement conséquent pour les résidents portugais, dont le salaire est souvent inférieur à cette somme.

À Florence, les boutiques de souvenirs et les commerces de grandes enseignes se sont multipliés dans le centre-ville, qui voit également le nombre de ses habitants diminuer drastiquement en raison du développement exponentiel des meublés touristiques. La ville a décidé d'asperger certaines rues au jet d'eau afin d'éviter que les touristes ne s'attardent autour de la basilique Santa Croce.

À Budapest, le développement de bars à bières a été spectaculaire depuis une dizaine d'années. En 2018, les habitants du VIIe arrondissement se sont prononcés pour leur fermeture, entre minuit et 6 heures du matin, pour réduire les nuisances.

À Venise, la municipalité a mis en place des amendes de 500 euros pour qui pique-nique par terre ou plonge dans la lagune, et a décidé d'un accès limité à la place Saint-Marc.

À Dubrovnik, la ville a instauré des quotas journaliers de touristes pour la visite des remparts.

### **c. Le mode de consommation touristique, une autre composante du rejet du tourisme**

Le mode de voyage peut également générer des tensions entre les habitants et les touristes. Le tourisme à Paris n'est pas un bloc uniforme. Individuel ou en groupe, de loisirs ou d'affaires, culturel ou mémoriel, chaque forme de tourisme et les comportements qui lui sont associés entraînent plus ou moins d'externalités positives et négatives pour la ville et ses habitants. C'est dans l'analyse des formes les plus prédatrices ou nuisibles que nous trouverons les leviers d'un tourisme apaisé.

À ce titre, le voyage en groupe, prisé notamment par les nouveaux pays émergents en forte croissance qui ont accédé récemment au tourisme, est peu compatible avec le tourisme urbain et va même à l'encontre du mode de vie des résidents des villes.

D'une part, il crée des pics de charge sur la ville et des phénomènes de saturation de l'espace public. Il sera plus difficile de « franchir » un groupe de cinquante personnes sur un trottoir que cinquante personnes seules réparties de manière diffuse. Il en va de même lorsqu'un tel groupe se présente dans un musée : il crée un effet de congestion plus important que l'arrivée linéaire de cinquante individus diffus. Idem pour l'accès aux sanitaires. Ces chocs de charge sont difficilement absorbables par la ville car ils demandent une infrastructure démesurée face aux besoins réels (caisses en grand nombre, trottoirs larges, blocs sanitaires...), que la ville ne peut fournir, faute de place et en raison d'une inadéquation à la majorité des usages.

Il en est de même pour l'hébergement : le tourisme de groupe nécessite des hôtels de grande capacité et ce, tout au long de leur parcours client (personnel suffisant pour un check-in en nombre, service du petit déjeuner concentré sur un laps de temps très court et dans une salle pouvant accueillir simultanément un grand nombre de convives, etc.). Là encore, les villes denses se prêtent peu à l'implantation de ce type d'hôtels.

En matière de transport, pour des raisons de simplicité ou de sécurité, les groupes préfèrent se déplacer en autocar plutôt que d'emprunter les transports en commun, participant là encore à l'encombrement de l'espace public par des véhicules peu adaptés à la circulation en centre-ville.

Enfin, les contrats de groupes et de gros volumes imposent aux opérateurs économiques parisiens des conditions financières défavorables, aux marges réduites et à la création de valeur restreinte.

Dans le même temps, la réduction des temps de séjour, liée au développement des *city breaks* (cf infra) autant qu'aux parcours dits « multi-destination Europe » des marchés émergents, a entraîné le développement d'une forme de *binge tourism*, c'est-à-dire une consommation rapide et effrénée des activités touristiques. Le touriste doit en voir le maximum en un minimum de temps. Ce type de pratique s'est trouvé renforcé par le besoin d'immédiateté, la peur de manquer (le fameux « *Fear Of Missing Out* ») et aux injonctions, notamment des réseaux sociaux, de prouver « qu'on y était ». Cette pratique du *binge tourism* a un impact fort sur le commerce. Les traditionnelles boutiques de souvenirs ont été rejointes par des enseignes (type duty free) et des restaurants de chaînes, où l'on peut acheter vite et se restaurer vite, avec des plats de son pays d'origine, pour ne pas avoir à passer de temps à choisir. On peut également souligner l'impact de cette consommation effrénée sur ce qui est apparu comme une nécessité : l'ouverture des commerces le dimanche, pour des touristes qui ne pourraient attendre le lundi pour consommer. En effet, les Zones touristiques internationales (ZTI), créées par l'État pour répondre à ce besoin, ont notamment eu pour conséquence de développer la concentration de commerces d'enseigne au détriment de commerces de proximité.

Par ailleurs, la fragmentation des temps de congés et la multiplication des courts séjours perpétuent la recherche de coûts bas. Nous le verrons, le low cost aérien a participé au développement des *city breaks*. D'autres formes de transport low cost se développent dans le ferroviaire ou avec les bus longue distance. Les économies sont également recherchées du côté de l'hébergement (à Paris, une nuitée hôtelière coûtait 141 euros en 2016, contre 102 euros en moyenne pour une location d'appartement sur Airbnb), des activités touristiques (recours aux *free tours* plutôt qu'aux guides touristiques professionnels, par exemple). Ces comportements encouragent la dérégulation du secteur du tourisme et entraînent à terme une perte de valeur pour l'économie parisienne. Si le nombre de visiteurs a crû de 9,15 % entre 2014 et 2018, la dépense touristique n'a augmenté, elle, que de 5,33 % sur la même période.

Enfin, le développement des réseaux sociaux a aussi eu un impact désastreux en matière de saturation et de dénaturation de lieux qui n'avaient pas initialement une vocation touristique et qui sont devenus subitement désirables. Les effets de mimétisme induits par les réseaux sociaux (Instagram notamment) ont engendré un afflux massif et démesuré de touristes sur certains sites devenus « à la mode », contribuant à l'augmentation de la pollution, des déchets, des nuisances sonores, voire des dégradations. Si le phénomène a touché de nombreux sites naturels, comme ce champ de coquelicots piétiné par les touristes en Californie ou la fameuse baie de Maya en Thaïlande, il s'est aussi urbanisé, comme pour la rue Crémieux, une charmante petite rue colorée parisienne qui est devenue le lieu de rendez-vous des influenceurs d'Instagram et dont les habitants sont excédés par le flot quotidien de visiteurs peu respectueux de leur tranquillité.

C'est particulièrement vrai pour le tourisme urbain en Europe. À partir des années 2000, une nouvelle forme de tourisme s'est développée en Europe, grâce à l'émergence du digital, des compagnies aériennes low cost et des trains à grande vitesse, et aujourd'hui à la fin du *roaming* (surcoût pour les appels téléphoniques passés depuis l'étranger) : le *city break*.

Les villes sont devenues le terrain favori des courtes escapades, le temps d'un week-end, pour les autres citoyens européens. Les événements, culturels ou sportifs, sont les motifs principaux de ces courts séjours, souvent organisés à la dernière minute. Cette spontanéité dans l'organisation des courts séjours a un impact sur la manière dont ils aiment voyager. Vu le temps imparti, tout doit être fluide et immédiat (transports, paiement, accès aux sites, hébergement central...). Par ailleurs, le *citybreaker* cherche à vivre comme un local. Il veut se sentir à la maison et privilégie pour cela la location d'appartement plutôt qu'une chambre d'hôtel. Il cherche également à sortir des sentiers battus, souhaite aller à la rencontre des locaux (activités, restaurants, commerces...), voyage hors saison et aime se fondre dans la masse.

Ces deux tendances contradictoires, le développement du tourisme de masse en groupe dans les pays émergents et l'essor des *city breaks* pour les urbains européens, reflètent assez bien la diversité des usages et des formes du tourisme, et leur capacité à s'intégrer ou à s'opposer aux usages de la ville. C'est avec ce discernement qu'il faut distinguer ce qui relève d'un tourisme prédateur et ce qui relève d'un tourisme contributeur pour la ville.

À Paris, nous nous questionnons depuis 2014 sur la forme de tourisme que nous souhaitons développer. La Ville de Paris a auditionné plus de 400 professionnels du tourisme, ainsi que des Parisiens, pour comprendre les enjeux et attentes en matière de développement touristique. Nous nous sommes alors rendu compte, et cela a ensuite été corroboré par les résultats parisiens<sup>6</sup> du « Residents Sentiment Index » de TCI Research, que les Parisiens étaient fiers d'accueillir des touristes, à condition que les nuisances qu'ils génèrent soient limitées.

## **2. POURQUOI IL N'Y A PAS (POUR LE MOMENT) DE PHÉNOMÈNE DE REJET MASSIF DU TOURISME À PARIS**

La balance touristique parisienne est encore très positive. Le tourisme conserve une bonne image, principalement du fait de ses bénéfices pour la ville et ses habitants, et de l'équilibre que Paris a su trouver entre le développement touristique et le respect de la vie quotidienne de ses habitants.

### **a. Les apports positifs du tourisme pour Paris sont nombreux**

Au niveau mondial, le secteur du tourisme est l'une des premières sources de recettes d'exportations. Selon l'OMT, c'est même la première pour plus d'un tiers des pays dans le monde. Le tourisme a cela de particulier qu'il fait entrer des devises dans un pays en échange de services qui, eux, sont produits et restent dans le pays. Le tourisme a donc un impact considérable pour le développement économique à l'échelle mondiale, en matière d'investissement, de retombées économiques, d'emplois, voire de recettes fiscales.

La constitution d'une offre ou d'un produit touristique repose sur des éléments très hétéroclites : à la fois des ressources naturelles (soleil ou neige, plage ou montagne, faune, flore...), les ressources culturelles et artistiques, les services (hébergement, transports, activités touristiques, commerces...) mais aussi les produits agricoles et l'artisanat. Ainsi, les dépenses des touristes ont un effet multiplicateur car elles profitent à de nombreux producteurs qui, à leur tour, pourront consommer d'autres biens et services.

---

<sup>6</sup> Étude de la perception du tourisme par les résidents Parisiens, novembre 2018.

Le secteur touristique est l'un des secteurs clés de l'économie française, devant l'agroalimentaire et l'automobile. Avec 148,4 milliards d'euros de dépenses touristiques intérieures, dont 53,7 milliards de recettes issues du tourisme international, il représente plus de 7 % du produit intérieur brut français<sup>7</sup>.

En Île-de-France, le tourisme est l'un des secteurs économiques les plus dynamiques : on estime à 38 millions le nombre de visiteurs dans le Grand Paris et à 50 millions le nombre de visiteurs en Île-de-France en 2018. Ils ont dépensé près de 21,5 milliards d'euros.

Le secteur du tourisme recoupe l'hébergement (avec plus de 100 000 chambres d'hôtel), la restauration (plus de 15 000 restaurants), les activités de loisirs et les transports. Ce ne sont pas moins de 100 000 entreprises qui travaillent pour le secteur du tourisme, offrant 500 000 emplois à la région Île-de-France. Le tourisme représente 9,3 % de l'emploi salarié dans le Grand Paris en 2017. Et, selon le World Travel & tourism Council, 20 % des emplois dans le secteur du tourisme en France sont générés par le tourisme dans le Grand Paris.

La force de ce secteur réside dans le fait que nombre de ces emplois ne sont pas délocalisables. Les métiers et opportunités de carrière y sont variés et s'adressent à tous les profils, diplômés ou non. Le tourisme est donc un acteur essentiel pour le bassin d'emploi parisien.

Il est aussi un fort pourvoyeur de clients pour les secteurs connexes comme les commerces, en particulier la mode et le luxe (l'activité de shopping étant dans le top 3 des activités préférées des touristes à Paris), ou le secteur culturel. L'apport financier pour Paris est conséquent, ne serait-ce que par le biais de la taxe de séjour, qui a rapporté 83 millions d'euros à la ville en 2018. Quant au chiffre d'affaires de l'hôtellerie en 2017, il s'est élevé à 3,7 milliards d'euros. Selon l'étude « Destination Insight de Mastercard<sup>8</sup> », les visiteurs internationaux ayant séjourné plus de 24 heures à Paris en 2018 ont dépensé plus de 14 milliards d'euros, sur un total de 21,7 milliards d'euros de recettes en Île-de-France selon l'étude du CRT Île-de-France (Comité régional de tourisme Paris Île-de-France)<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> [https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\\_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/memento/2018/MEMENTO\\_TOURISME\\_Edition2018-WEB.pdf](https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/memento/2018/MEMENTO_TOURISME_Edition2018-WEB.pdf)

<sup>8</sup> <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/09/GDCI-Global-Report-FINAL-1.pdf>

<sup>9</sup> <http://pro.visitparisregion.com/Outils-et-Presses/Documents-Pratiques/Etudes-thematiques/Reperes-2019>

L'appétence des touristes pour la culture et le patrimoine (activité favorite des touristes, à 72 % selon l'étude du CRT Île-de-France) fait atteindre un nombre d'entrées record aux musées et sites patrimoniaux. En 2018, le Louvre a accueilli plus de 10 millions de visiteurs, tout comme la cathédrale Notre-Dame de Paris et la basilique du Sacré-Cœur. Chaque année, entre 6 et 7 millions de visiteurs entreprennent l'ascension de la tour Eiffel, et trois fois plus de visiteurs viennent l'admirer. Les sites de taille plus modeste s'ouvrent de plus en plus au tourisme afin de profiter des recettes engendrées pour se développer.

### Encadré : Les chiffres clés du tourisme à Paris

#### FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE 2018

(Source : Insee)

24,5 millions d'arrivées hôtelières dans le Grand Paris (+3,8 % par rapport à 2017)

54,0 % Arrivées étrangères

46,0 % Arrivées françaises

67,6 % Arrivées hôtelières dans Paris intra-muros

#### ARRIVÉES ET NUITÉES HÔTELIÈRES DANS LE GRAND PARIS EN 2018

	Arrivées 2018	Évolution 2018/2017	Nuitées 2018	Évolution 2018/2017
Étranger	13 217 148	+ 10,0 %	32 742 895	+10,7 %
Français	11 239 338	-2,7 %	19 803 444	0,0 %
TOTAL	24 456 486	+ 3,8 %	52 546 339	+ 6,4 %

#### NUITÉES DANS LE GRAND PARIS EN 2018 ET ÉVOLUTION 2018/2017

	Arrivées 2018	Evolution 2018/2017	Nuitées 2018	évolution 2018/2017
Allemagne	918 679	+ 14,5 %	2 106 296	+ 16,0 %
Belgique	439 155	- 1,8 %	856 950	- 1,2 %
Chine	799 269	+ 3,2 %	1 885 564	+ 4,8 %
Espagne	738 166	+ 16,2 %	1 833 318	+ 15,4 %

États-Unis	2 402 615	+ 16,1 %	6 204 448	+ 16,2 %
Italie	627 107	+ 26,0 %	1 231 756	+ 6,2 %
Japon	448 673	+ 17,3 %	1 121 550	+ 16,7 %
Pays-Bas	376 662	+ 3,8 %	815 657	+ 3,2 %
Royaume-Uni	1 200 277	+ 9,0 %	2 724 298	+ 10,0 %
Russie	255 954	+ 11,2 %	692 712	+ 10,5 %
Suisse	317 861	+ 0,5 %	720 798	+ 1,4 %

**78,6 %** taux d'occupation (+ 3,3 points par rapport à 2017)

**146,30 €** prix moyen hôtelier (+7,6 % par rapport à 2017)

**115,00 €** RevPAR (+ 12,3 % par rapport à 2017)

**2,15 nuits** : durée moyenne du séjour en hôtellerie

**1,76 nuits** : durée moyenne du séjour en hôtellerie pour les Français

**2,48 nuits** : durée moyenne du séjour en hôtellerie pour les étrangers

Enfin, le tourisme participe à l'attractivité et au rayonnement de la ville dans le monde entier. Haut lieu touristique de la capitale, la tour Eiffel est le monument le plus cité sur Instagram depuis la création de ce réseau en 2010 (5,8 millions d'utilisateurs ont ainsi utilisé le hashtag #eiffeltower entre 2010 et 2019, selon une étude de Motif<sup>10</sup>), le Louvre arrivant en 5<sup>e</sup> position du classement, avec 2,9 millions de mentions du hashtag #Louvre.

Paris est la destination la plus populaire au monde selon le classement 2018 des Travellers Choice Awards de Trip Advisor. Selon le classement mondial ICCA (International Congress and Convention Association) des congrès, elle est aussi la ville qui a accueilli le plus de congrès en 2018, ce qui fait d'elle l'une des grandes capitales du tourisme d'affaires, une activité très rémunératrice et source d'attractivité économique. Elle est régulièrement citée comme ville la plus touristique au monde en nombre de visiteurs étrangers. Le dernier classement Mastercard « Destination Insights » la classe deuxième ville la plus visitée au monde, après Bangkok.

<sup>10</sup> <https://pop.inquirer.net/79059/eiffel-tower-is-worlds-most-popular-tourist-attraction-based-on-instagram-hashtags>

## **b. Un équilibre savamment maintenu au fil de son histoire entre attractivité touristique et qualité de vie des habitants**

### *i. Une longue tradition d'accueil qui a façonné le caractère hospitalier de la ville*

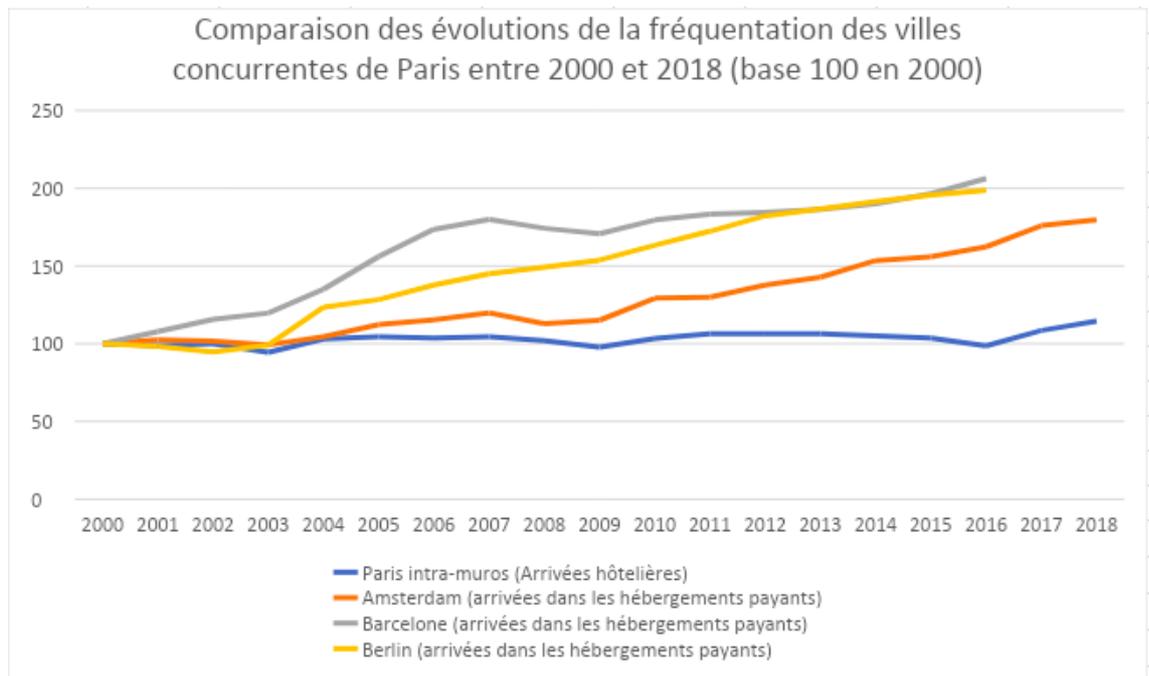
L'exposition « Bons baisers de Paris », qui s'est tenue dans la capitale en 2016, est venue rappeler la longue tradition touristique parisienne. Depuis plus de trois siècles, la ville accueille des visiteurs : qualifiée de « guinguette de l'Europe » par l'écrivain Louis-Sébastien Mercier en 1799, Paris est déjà une étape incontournable du « Grand Tour » européen depuis le début du XVIII<sup>e</sup> siècle. Les travaux d'Hausmann en font un lieu de curiosité et d'attractivité, tout comme les multiples expositions universelles organisées à partir du milieu du XIX<sup>e</sup> siècle et au début du XX<sup>e</sup> siècle.

Cette tradition d'accueil s'est perpétuée, qu'il s'agisse d'accueil temporaire (résidences d'artistes, d'écrivains...) ou d'accueil de plus longue durée (étudiants, travailleurs...). Paris est une ville-monde, une ville cosmopolite, une terre d'accueil universel. À Paris, un habitant sur sept est de nationalité étrangère et un étranger sur dix résidant en France habite à Paris.

Grâce à cette tradition séculaire, la ville a toujours su absorber en son sein la présence de visiteurs et d'étrangers, qui font partie intégrante de son histoire et de son ADN. Par ailleurs, si l'on s'attache à la progression touristique de ces dernières décennies, on remarque que, contrairement à Barcelone ou Amsterdam, Paris n'a pas connu de croissance brutale de sa fréquentation touristique. La ville comptait 14,4 millions d'arrivées hôtelières étrangères intra-muros en 1998. Elle en compte 16,5 millions en 2018, soit une augmentation de moins de 15 % en vingt ans, le développement des arrivées hôtelières s'étant plutôt porté sur le Grand Paris. À titre de comparaison, les taux de croissance du tourisme s'élèvent à 80 % pour Amsterdam, 106 % pour Barcelone et 99 % pour Berlin sur la même période<sup>11</sup>. Quant à la croissance de la fréquentation touristique du Grand Paris, elle se porte à 11 % sur la période 2010-2017.

---

<sup>11</sup> OTCP



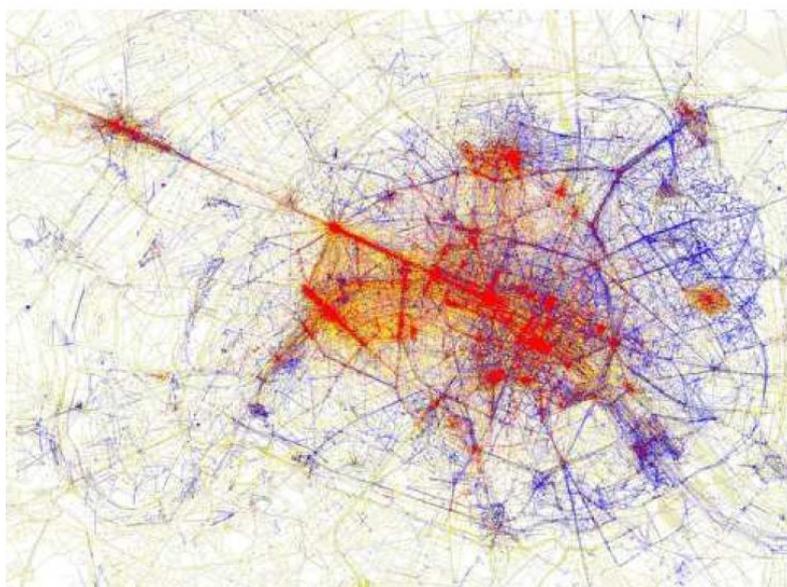
La ville, et surtout les acteurs privés, se sont également structurés pour garantir la qualité d'accueil des visiteurs. L'hôtellerie dispose de chambres en nombre suffisant, Paris possédant le deuxième plus grand parc hôtelier au monde. Les structures d'accueil des grands événements sont parmi les plus importantes au monde, par leur diversité et leur capacité : 4 grands stades (de plus de 20 000 places), plusieurs centaines de salles de spectacles, 200 musées ou encore 22 sites d'expositions et de congrès. Le Paris Convention Centre, inauguré en 2017, peut désormais accueillir dans sa salle principale jusqu'à 5 200 invités assis et, simultanément dans ses murs, héberger 35 000 congressistes.

Les infrastructures de transport font de Paris l'une des villes les mieux connectées au monde. Les trois aéroports, qui ont accueilli 109 millions de passagers en 2018, ne connaissent pas la saturation de leurs homologues européens. Ils connectent directement Paris à 180 pays. Les gares parisiennes accueillent les flux nationaux et européens, dont 11 millions de passagers Eurostar et 7,5 millions de passagers Thalys en 2018. Les transports publics (RER, métro, bus) se rendent toujours plus accessibles aux visiteurs étrangers.

## *ii. Des lieux adaptés aux multiples usages de la ville*

L'artiste-développeur Éric Fischer publiait en 2015 une cartographie de la géolocalisation des photographies prises à Paris et postées sur la plateforme Flickr<sup>12</sup>, selon qu'elles proviennent des touristes ou de Parisiens. Le constat est sans appel : à l'Est se concentrent les images des Parisiens, au centre et à l'Ouest, celles des visiteurs, ces derniers étant particulièrement présents autour de la tour Eiffel, les Champs-Élysées, le Louvre et la Butte Montmartre.

*Localisation des photos prises à Paris et publiées sur Flickr (Eric Fischer, 2015)*



**Légende :**

*En bleu : les photos publiées par les résidents (ayant pris des photos à Paris sur un intervalle de plus d'un mois), en rouge : les photos prises par les touristes, en jaune : photographe indéfini*

Cette spatialisation des usages s'est ancrée dans les comportements des Parisiens, qui vont jusqu'à se détourner des sites qu'ils considèrent comme touristiques, tour Eiffel et Champs-Élysées en tête. D'après une enquête réalisée par l'Agence de la mobilité de la Ville de Paris en août 2017, 16 % des résidents interrogés déclaraient éviter de se rendre dans certains lieux de la capitale en raison d'une trop grande présence de touristes.

---

<sup>12</sup> <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-rue89-culture/20150211.RUE7843/touriste-ou-local-qui-prend-quoi-en-photo-a-paris.html>

Par ailleurs, la ville accueille une grande partie de ses visiteurs dans de grands et larges espaces publics. La tour Eiffel, qui voit déambuler chaque année entre 20 et 30 millions de visiteurs, est entourée d'un site d'une cinquantaine d'hectares, du Trocadéro à l'extrémité du Champ-de-Mars. Le Louvre est installé sur un site de 36 hectares, et les Champs-Élysées s'étirent sur près de 2 kilomètres. À titre de comparaison, la place Saint-Marc à Venise fait 1,5 hectare et la fontaine de Trevi à Rome, 1,7 hectare. Ainsi, malgré la forte affluence sur les principaux sites touristiques parisiens, ces flux restent assez dispersés du fait de l'importante surface autour des sites.

Enfin, le terrain de jeu parisien ne se limite pas à son centre. Les pôles d'attractivité en dehors de la capitale participent également à l'accueil des visiteurs. En 2018, Disneyland Paris a accueilli plus de 15 millions de visiteurs, et Versailles plus de 8 millions. Le Grand Paris est aussi devenu une terre d'accueil. Outre la variété de son offre patrimoniale, culturelle, artistique, naturelle, les hôtels extra-muros accueillent 32,4 % des arrivées hôtelières dans le Grand Paris, soit près d'un touriste parisien sur trois qui dort en Petite Couronne.

### *iii. Une variété des formes de tourisme qui permet aux visiteurs de se fondre dans la ville*

À la différence de nombreuses destinations qui se sont spécialisées sur un segment touristique particulier, Paris est une ville « aux 100 formes de tourisme ». Elle profite donc beaucoup mieux, et dans son ensemble, d'un tourisme plus diversifié et équilibré.

Parmi les 24,5 millions d'arrivées hôtelières dans le Grand Paris en 2018, 54 % sont des arrivées étrangères, 46 % des arrivées françaises. La moitié de ces touristes viennent pour un voyage d'affaires (48,7 % des nuitées hôtelières), l'autre moitié pour un voyage de loisirs. De mars à octobre, les arrivées hôtelières sont majoritairement étrangères. D'octobre à mars, elles sont majoritairement françaises. En Île-de-France, 51 % des visiteurs sont des femmes. Là encore, l'équilibre est presque atteint !

L'analyse des activités pratiquées par les touristes révèle la variété de l'offre touristique. On vient à Paris et dans sa région pour visiter des musées et des monuments (72 % selon

l'étude « Repères 2019 » du CRT Île-de-France<sup>13</sup>), pour se promener en ville (69 %), pour faire du shopping (41 %).

Les grandes expositions, les festivals comme les événements sportifs (Ryder Cup, Gay Games, Euro 2016, Coupe du monde de football féminin 2019...) sont vecteurs d'attractivité, tout comme le tourisme vert, le cyclotourisme, le tourisme de mémoire, le tourisme de savoir-faire, les nuits parisiennes, le street-art, etc. À la différence de villes comme Berlin (tourisme noctambule) et Amsterdam ou Budapest (hauts lieux des « enterrements de vie de garçon »), Paris a su maintenir un équilibre dans sa programmation, dans sa promotion et donc dans les profils des touristes que la ville accueille.

Un tourisme bénéfique pour ses habitants, une spatialisation des usages, la diversité des publics accueillis sont autant d'atouts qui expliquent que les Parisiens aient conservé un taux de soutien élevé au tourisme. Selon le volet parisien de l'enquête « Sentiment Resident Index » de TCI Research<sup>14</sup> en 2018, 55 % des Parisiens estiment que le tourisme a plus de conséquences positives que négatives. Et 5 % seulement des Parisiens interrogés considèrent que la ville devrait stopper le développement du tourisme. Cet indicateur, qualifié par TCI Research « d'indice de tourismophobie », présente ici un score largement inférieur à d'autres villes européennes, où il peut atteindre 22 % ! Quant à l'indice de soutien à la croissance du tourisme, il atteint 58 %, soit 6 points au-dessus de la moyenne des autres grandes villes européennes. Loin d'être tourismophobes, les Parisiens restent dans l'ensemble tourismophiles.

L'étude réalisée par l'Agence de la mobilité de la Ville de Paris en août 2017<sup>15</sup> révèle même que 86 % des Parisiens sont fiers de vivre dans une ville qui attire autant de visiteurs. Cependant, la Ville est consciente qu'il s'agit là d'un équilibre précaire et a détecté quelques signaux faibles qui pourraient, demain, faire grandir le rejet du tourisme à Paris.

---

<sup>13</sup> <http://pro.visitparisregion.com/Outils-et-Presses/Documents-Pratiques/Etudes-thematiques/Reperes-2019>

<sup>14</sup> Étude de la « perception du tourisme par les résidents parisiens », TCI Research, novembre 2018.

<sup>15</sup> Étude de la « Perception du tourisme à Paris », Direction de la voirie et des déplacements de la ville de Paris, décembre 2017.

### **3. UN ÉQUILIBRE CEPENDANT PRÉCAIRE, MENACÉ PAR LE DÉVELOPPEMENT DE QUATRE NUISANCES PRINCIPALES**

Outre les problématiques de propreté soulevées dans l'enquête TCI Research, qui ne sont pas spécifiquement liées au tourisme, nous avons identifié, dès 2015 et la rédaction du schéma de développement touristique de la Ville de Paris, quatre nuisances principales causées par le tourisme à Paris comme ailleurs en Europe, auxquelles il s'agit de proposer des solutions.

#### **a. La pression touristique sur le logement des Parisiens**

Les nouveaux modes d'hébergement touristique sont cités parmi les principales nuisances liées au tourisme dans l'étude conduite par TCI research pour la Ville de Paris en 2018 :

- 42% des 35-49 ans (principalement des familles) citent comme nuisance principale le phénomène de désertification du centre-ville au profit de logements touristiques ;
- Pour 47% des Parisiens, le tourisme entraîne une augmentation des prix immobiliers ;
- Seulement 16% des Parisiens sont « tout à fait » pour l'hébergement des touristes par des particuliers, et 47% sont contre ou tout à fait contre.

En septembre 2019, Airbnb revendiquait 50 000 offres de location de meublés touristiques dans Paris actives sur sa plateforme. On dénombre entre 300 à 400 plateformes mettant en ligne des offres de location de tourisme de courte durée à Paris.

Depuis l'ouverture de la procédure d'enregistrement des meublés en décembre 2017, la Ville de Paris n'a délivré que 40 000 numéros d'enregistrement. D'après nos estimations, seulement 40 % des annonces parisiennes mises en ligne sur l'ensemble des plateformes disposent d'un numéro d'enregistrement, ce qui est pourtant obligatoire depuis la loi Elan. Cela signifie donc que la fraude reste massive, avec la complicité de ces plateformes, qui refusent de mener des contrôles a priori alors qu'elles pourraient aisément faire appliquer la réglementation.

La rentabilité de la location meublée touristique a poussé de nombreux investisseurs à développer cette activité plutôt qu'une activité de location classique (un appartement loué à l'année à des touristes de passage pour de courtes durées rapporte au moins trois fois plus qu'une location résidentielle traditionnelle pour des locataires travaillant à Paris).

Au moins 30 000 logements auraient été détournés de leur usage traditionnel pour faire du meublé de tourisme à l'année, notamment dans le centre de la capitale. Cette raréfaction de l'offre de logements contribue à faire monter les prix à la location et à l'achat, le prix moyen ayant dépassé les 10 000 euros du mètre carré à Paris en 2019.

Au-delà des incidences sur le logement, c'est la qualité de vie des Parisiens qui est menacée : des nuisances à répétition dans les copropriétés, le risque de muséification des quartiers centraux qui voient le nombre de leurs habitants diminuer, les commerces de quartier muter et les écoles fermer. Dans les quatre arrondissements du centre de Paris, où près de 25 % des logements ne sont pas occupés par des Parisiens (Airbnb ou résidences secondaires), la baisse du nombre d'enfants scolarisés dans les écoles du premier degré entre 1996 et 2018 (- 13,9 %) est deux fois supérieur à la moyenne observée dans l'ensemble des arrondissements parisiens (- 7 %). Ce phénomène s'est notamment accéléré depuis 2014 : alors que le nombre d'enfants scolarisés dans le premier degré dans les quatre arrondissements du centre était stable, à environ 6 200 enfants entre 1996 et 2014, ce chiffre est tombé à 5 847 enfants en 2016, puis à 5 391 enfants, soit une chute de 13 % des effectifs en cinq années<sup>16</sup>.

La Ville de Paris a mis en place, dès qu'il le lui a été permis, le numéro d'enregistrement. Il est aujourd'hui insensé que, contrairement à toutes les grandes villes européennes, la compétence de régulation de ces meublés touristiques soit nationale alors qu'elle se doit de répondre à des enjeux qui varient fortement selon les territoires. La situation ubuesque qui impose les mêmes règles à Paris et à Saint-Jean-de-Luz doit changer en donnant aux villes cette compétence d'encadrement. La municipalité a, en parallèle, renforcé ses contrôles et porté en justice de nombreuses procédures contre les fraudeurs et les plateformes. Plus de 2 millions d'euros d'amendes ont à ce jour été prononcés.

---

<sup>16</sup> Source : Direction des affaires scolaires de la ville de Paris.

## **b. L'encombrement de la voirie par les bus touristiques, les autocars, les vélos-taxis**

En haute saison touristique, on dénombre près de 1 200 cars de tourisme chaque jour dans Paris, principalement concentrés autour des sites touristiques majeurs et des grands magasins.

À cela, il convient d'ajouter les 400 autocars longue distance quotidiens (les fameux « cars Macron »), au développement fulgurant depuis la promulgation de la loi Croissance et Activité en 2015. Les bus touristiques dits *hop-on hop-off*, dont seulement deux des quatre compagnies en circulation sont véritablement autorisées à circuler selon le plan de transport de la région Île-de-France, sont une petite centaine, mais tournent 5 à 8 fois par jour dans le cœur de la capitale. Enfin, plusieurs centaines de vélos-taxis, qui profitent d'un vide législatif au sujet de leur réglementation pour se développer, encomrent pistes cyclables et voies de bus.

Sur le secteur Haussmann-Opéra, un linéaire de stationnement de 4 km serait nécessaire si l'on souhaitait pouvoir faire stationner l'ensemble des cars desservant les grands magasins, dont une part très significative du chiffre d'affaires repose sur le tourisme de groupe.

Au-delà de l'encombrement de la voirie, ces véhicules posent également des problèmes de pollution, de nuisances visuelles et sonores (moteurs non coupés à l'arrêt, musique à fort volume) et parfois, pour les activités peu réglementées, des conflits récurrents entre les opérateurs, une qualité de service médiocre, voire de la fraude.

Concernant les autocars de tourisme, la Ville de Paris a travaillé en collaboration avec les professionnels pour définir un plan de sortie du diesel des autocars. D'ici à 2024, plus aucun autocar au diesel ne pourra circuler dans Paris, seuls ceux aux motorisations propres (GNV ou électrique, par exemple) y seront autorisés. Une aide à la conversion des véhicules d'un montant de 9 000 euros par autocar leur a aussi été proposée. La Ville a également mis en place des zones de dépose/reprise et 500 places de stationnement réservées aux autocars.

Les bus touristiques devraient quant à eux être prochainement mieux encadrés, grâce à l'avis du Conseil d'État du 18 juin 2018, qui a enfin clarifié les rôles et les compétences de

chacun (ville et région) dans l'organisation de ces transports. Le vide juridique de la réglementation de l'activité des vélos-taxis devrait être en partie comblé par la promulgation de la très attendue loi d'orientation des Mobilités.

Ces premières avancées en appellent d'autres, et il faudra aller plus loin à l'avenir.

### **c. La menace du tourisme sur la singularité des commerces parisiens**

Selon l'enquête TCI Research précitée, la désertification du centre-ville est également une préoccupation importante pour les habitants, même si elle n'est pas citée par les Parisiens comme étant la première des nuisances. Elle est éminemment liée à la diminution du nombre d'habitants dans le centre. Mais elle est aussi favorisée par la mutation des activités commerciales dans les zones les plus touristiques.

Par exemple, dans les Zones touristiques internationales (ZTI), les enseignes remplacent progressivement les commerces de quartier et contribuent au cercle vicieux du renchérissement des baux commerciaux. 38 % du nombre de commerces en ZTI et gares appartient à un réseau d'enseignes (commerce de chaînes) et représentent 69 % de la surface commerciale des ZTI contre respectivement 21 % et 37 % à Paris hors ZTI<sup>17</sup>. À l'inverse, les commerces alimentaires sont beaucoup moins présents dans les ZTI que dans le reste de la ville.

Les ZTI modifient le cadre de vie de la population parisienne qui y réside avec un commerce dominé par les réseaux d'enseignes au détriment du commerce indépendant et du commerce de proximité, notamment alimentaire. Le commerce de proximité constituant un facteur d'attractivité résidentielle, le risque est de voir les ZTI favoriser le départ de leurs habitants.

Un autre phénomène contribue à la perte de singularité du commerce parisien : la transformation des commerces aux abords des grands magasins. Ce phénomène est particulièrement prégnant rue de Provence, située derrière les grands magasins du boulevard Haussmann, où les commerces se sont transformés peu à peu en restaurants asiatiques, en lien avec le développement de la clientèle asiatique des grands magasins.

---

<sup>17</sup> Source : Observatoire des ZTI, Apur.

Les boutiques de souvenirs sont toujours aussi nombreuses dans les quartiers touristiques. On en dénombre près de 400. Si ce chiffre est stable depuis le début des années 2000, il est complété par le développement des commerces de destination, souvent en mono-activité (café, thé...) qui s'adressent aussi à la cible touristique essentiellement.

Afin de lutter contre la mono-activité commerciale des quartiers, la Ville de Paris met en œuvre des dispositifs de préservation de la diversité commerciale et artisanale, via la Semaest (Société d'économie mixte de la Ville de Paris), avec le dispositif Vital'Quartier. Si le maintien de ces activités est vital pour les Parisiens, il est aussi un atout touristique pour Paris car il permet d'offrir une expérience de shopping typiquement parisienne et beaucoup plus variée que la simple découverte des grandes enseignes que l'on retrouve dans toutes les villes du monde. À l'heure actuelle, Vital'Quartiers a déjà permis de préserver le commerce de proximité dans des zones concernées par de forts flux touristiques périphériques (rue Saint-Denis, Beaubourg, Temple...).

#### **d. La saturation de certains sites touristiques**

Le sentiment de foule permanente est pointé du doigt par les Parisiens comme la principale nuisance liée au tourisme (avec les problèmes de propreté) dans l'enquête conduite par TCI Research.

Trois heures d'attente pour grimper à la tour Eiffel en haute saison, des longues files qui s'étirent autour du Louvre, de Beaubourg ou du musée d'Orsay, constituaient autant de symboles de la saturation des principaux sites touristiques.

La Ville de Paris a travaillé ces dernières années à améliorer la situation notamment grâce à une optimisation des flux permise par le développement des technologies : mise en place de la mesure et de la diffusion du temps d'attente via l'application « Affluences », horodatage des billets, création de files d'attentes virtuelles. Nous visons à terme la réduction des files d'attente en deçà de trente minutes. Dans cet objectif, la Ville a inscrit dans la nouvelle délégation de service public de la Société d'exploitation de la tour Eiffel le passage, en cinq ans, de 20 % à 80 % de la part de billetterie horodatée et vendue en ligne.

Nous avons également travaillé à une meilleure diffusion des flux touristiques sur l'ensemble du territoire par le développement de nouveaux itinéraires touristiques dans les arrondissements périphériques notamment. Nous nous sommes aussi attachés à développer le tourisme de « *repeaters* », à savoir ceux qui ne viennent pas à Paris pour la première fois et qui cherchent à visiter autre chose que les sites incontournables. Le développement du tourisme en saisons intermédiaires est également une piste que nous avons mise en œuvre, notamment via des campagnes de promotion et des opérations spéciales destinées à attirer les touristes en saison creuse.

## CONCLUSION

Comme nous venons de le voir, on ne peut parler de surtourisme ni de tourismophobie à Paris. La capitale est pour le moment préservée de ces phénomènes, du fait des nombreux impacts positifs sur l'économie locale, de la préservation du patrimoine, de l'offre d'activités et de la fierté d'accueillir. Les actions entreprises par la Ville de Paris depuis 2015 pour préserver la qualité de vie de ses habitants participent également à maintenir un équilibre favorable aux Parisiens.

Cependant, certaines formes de tourisme deviennent de moins en moins compatibles avec le respect de la qualité de vie des habitants et la préservation de l'environnement. Le recours aux autocars et les effets de masse liés au tourisme de groupe doivent demain être limités si l'on souhaite une ville plus apaisée et plus verte. Le développement de l'hébergement par les particuliers ne doit plus se faire au détriment du logement des Parisiens et de la vitalité de leur quartier. Le commerce doit être mieux protégé contre la prédation des grandes enseignes et la standardisation.

D'une façon plus générale, le tourisme doit être envisagé sous un angle différent : plus lent, plus en phase avec le respect de la vie locale, plus équitable, plus respectueux de l'environnement, plus durable. Si le voyageur doit toujours pouvoir envisager le tourisme comme un loisir, une pause, un plaisir, il ne doit pas s'exonérer des externalités négatives de son activité. La Ville et les pouvoirs publics devront jouer leur rôle pour accompagner cette transition vers un tourisme à impact positif.

## **PARTIE II : VERS UN « TOURISME À IMPACT POSITIF »**

Si le concept de tourisme responsable a bien heureusement trouvé sa place dans le domaine du voyage, la notion d'impact environnemental reste floue, voire totalement absente lorsqu'il s'agit d'escapades urbaines dans une grande capitale comme Paris. Les problématiques liées aux flux touristiques restent pourtant les mêmes. La situation actuelle de Paris est globalement positive en comparaison de ce que l'on observe dans des villes comme Venise, Barcelone ou Dubrovnik. Pour autant, il est essentiel d'anticiper. Il est indispensable de préserver l'écosystème parisien en œuvrant pour un tourisme dont l'impact soit positif.

Trois facteurs clés sont à retenir pour aller dans ce sens : le respect des habitants, la maîtrise maximale de l'empreinte écologique générée par les visiteurs, et le respect du patrimoine et de la physionomie urbaine qui font la qualité de vie à Paris. La philosophie d'un tourisme positif implique que les flux touristiques se fondent le plus possible dans la vie de la ville. L'intérêt est à double sens : absence de nuisances et source de développement économique pour les habitants, découverte du véritable visage des quartiers pour les visiteurs, le tissu urbain étant composé de restaurants, de commerces et de lieux de vie qui ne leur sont pas directement destinés mais constituent l'écosystème local.

Notre proposition est de se tourner vers un « tourisme à impact positif » qui :

- 1) préserve le logement des Parisiens,
- 2) favorise des mobilités touristiques propres,
- 3) transforme Paris en une destination neutre en carbone, zéro-déchet et zéro-plastique,
- 4) préserve la diversité commerciale et l'esthétisme qui font le charme de Paris,
- 5) garantit la qualité de vie des habitants grâce à la désaturation des flux touristiques et à la construction de parcours touristiques métropolitains.

### **1. PRÉSERVER LE LOGEMENT DES PARISIENS**

#### **a. Mettre fin à la prédation des logements par les hébergements touristiques :**

On l'a vu, les plateformes de location de meublés touristiques comme Airbnb sont responsables d'une raréfaction du nombre de logements disponibles à Paris, de la

désertification des quartiers centraux (26 % des logements dans les quatre premiers arrondissements sont vides selon l'Insee) et d'une hausse des prix de l'immobilier, à la location comme à l'achat. On estime entre 45 000 et 55 000 le nombre de meublés touristiques à Paris, dont 30 000 logements détournés pour faire du meublé de tourisme à l'année.

Ces plateformes prônent une économie soi-disant collaborative et prétendent aider les hôtes à arrondir leurs fins de mois. La réalité est plus contrastée. En effet, ces plateformes contribuent à la diminution du nombre de logements à Paris, entretiennent l'activité frauduleuse de professionnels déguisés qui réalisent parfois un chiffre d'affaires important, qui s'exonèrent de leurs obligations fiscales et réglementaires, et aggravent l'inflation des prix de l'immobilier, ce qui pénalise considérablement le pouvoir d'achat des Parisiens.

C'est pourquoi la Ville de Paris a été l'une des villes pionnières dans la régulation des plateformes de meublés touristiques en opérant un encadrement juridique et fiscal ferme de ce secteur :

- mise en place du numéro d'enregistrement unique permettant d'identifier les logements mis en location,
- collecte de la taxe de séjour par les plateformes de meublés touristiques afin de rétablir l'équité avec les hôteliers,
- instauration d'une limite maximum de 120 jours de location autorisés par an et autorisation de louer uniquement sa résidence principale, afin de limiter les risques de détournement de logements vers des meublés touristiques dissimulés.

Toutefois, ces règles sont insuffisantes et difficiles à contrôler. La fraude reste massive. On estime à environ 60 % le nombre d'annonces sur Airbnb qui ne respectent pas la réglementation. Dans le même temps, les plateformes de location ne font preuve d'aucune bonne volonté pour contrôler le respect de ces règles.

De plus, ces plateformes ne contribuent que très peu à l'économie nationale. Faut-il rappeler qu'Airbnb a payé moins de 150 000 euros d'impôts en France en 2018 alors que l'entreprise revendique en parallèle une augmentation de 30 % de son chiffre d'affaires entre 2017 et 2018, estimé à 200 M€ par an.

On ne peut plus accepter que des logements disparaissent à Paris au profit de meublés touristiques. Il faut donc aller plus loin dans la régulation des meublés touristiques.

C'est pourquoi nous proposons de :

1- De transférer la compétence de régulation des meublés touristiques de l'Etat à la Ville de Paris, de renforcer les moyens de contrôle et d'augmenter le prix des amendes pour les fraudeurs.

2- De soumettre aux Parisiens, par référendum, des propositions de régulation de l'activité des plateformes de location de meublés, qui pourraient porter sur plusieurs points :

- L'abaissement du plafond maximum de jours autorisés de 120 à 60 jours par an, comme vient de l'autoriser le Sénat. Ce plafond permettrait de s'assurer effectivement que seules des résidences principales sont mises en location, ponctuellement, dans le respect de la réglementation, et d'éviter ainsi les risques de détournement de logements vers des meublés touristiques dissimulés.
- L'interdiction des meublés touristiques dans les arrondissements centraux menacés de désertification (Ile Saint-Louis, Marais...).
- L'interdiction de la location de meublés touristiques dans tout Paris, tant que les plateformes ne mettent pas en place de dispositif de contrôle, a priori, sur le caractère de résidence principale habitée des biens mis en location.

3- De dé plafonner le montant de la taxe de séjour pour les meublés touristiques (aujourd'hui fixée à 5% du prix de la nuitée mais dans la limite de 2,30€ par nuit par personne) qui rapporte aujourd'hui seulement 7,5 millions d'euros par an à la collectivité.

**COMPARAISON DE LA RÉGULATION DES LOCATIONS MEUBLÉES DE COURTE DURÉE (LOGEMENTS ENTIERS)**

	NYC	Berlin	Barcelone	Paris
Échelle de gouvernement chargée de la régulation	Ville, État de New York	Ville-État (Länder)	Région autonome, Ville	Ville, État
Location d'une résidence principale	Interdit	Soumis à autorisation	Soumis à autorisation (Interdiction de fait car gel du nombre total d'autorisations)	Autorisé
Location d'une résidence secondaire	Interdit	Soumis à autorisation	Soumis à autorisation (Interdiction de fait car gel du nombre total d'autorisations)	Interdit
Enregistrement obligatoire	Non	Oui	Oui	Oui
Autorisation	–	Oui	Oui	–
Limite de jours pour une location de courte durée sans autorisation	–	–	–	- résidences principales : 120 jours par an - autres logements : 0 jour
Limite de jours pour une location de courte durée avec autorisation	–	90 jours par an pour une résidence secondaire	–	–
Restriction par zone géographique	Non	Non	Oui	Non
Taxe touristique/taxe de séjour (collectée par)	Oui (loueurs)	Oui (loueurs)	Oui (loueurs)	Oui (certaines plateformes dont Airbnb + loueurs)
Numéro d'appel pour signaler des nuisances	Oui	Oui	Oui (ligne dédiée)	Non
Signalement en ligne	Non	Oui	Oui	Non
Montant maximal des amendes pour les loueurs (en euros)	21 400	500 000	30 000	50 000

Note de lecture : les cas de figure signalés par un tiret correspondent aux situations sans objet

Source : APUR « Locations meublées courte durée » - Note n°128, juin 2018

**b. Limiter la construction de nouveaux hôtels intra-muros pour diminuer la tension sur le marché résidentiel parisien, et renforcer l'attractivité du Grand Paris**

La Ville de Paris a lancé un plan hôtelier en 2008 pour moderniser une offre hôtelière qui était en partie vieillissante et pallier un déficit sur certains segments précis : les offres accessibles aux petits budgets (hôtels 2, 3 étoiles, et auberges de jeunesse) et les hôtels de grande capacité pour les événements d'affaires. En 2015, ce plan a été complété pour renforcer l'offre hôtelière métropolitaine et rééquilibrer une offre très concentrée dans Paris intra-muros.

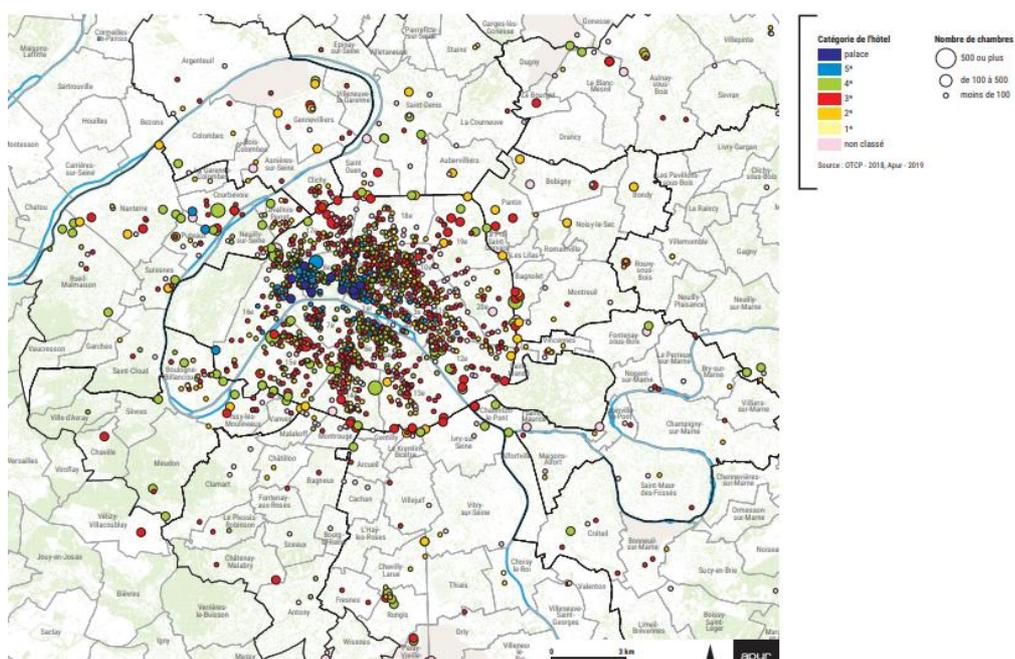
Les premiers objectifs ont été très rapidement atteints et même dépassés. Grâce au soutien financier et aux concours organisés par la Ville de Paris, 62 % des chambres créées à Paris sont en catégorie 2 et 3 étoiles, et huit auberges de jeunesse ont ouvert leurs portes, permettant ainsi de rendre plus accessible l'offre hôtelière parisienne aux petits budgets, alors que le marché privé produisait essentiellement du 4 et 5 étoiles à Paris. De plus, la plupart des projets ont été développés dans des arrondissements

périphériques de Paris, contribuant ainsi à redynamiser ces quartiers et à déconcentrer l'offre hôtelière de l'hyper-centre parisien.

Aujourd'hui, l'offre d'hébergement touristique parisienne s'avère largement suffisante au regard de villes comparables et elle reste concentrée dans Paris intra-muros. En effet, Paris compte près de 16 hôtels au kilomètre carré (vingt fois plus que New York) et 829 chambres au kilomètre carré (cinq fois plus qu'Amsterdam). Cette offre, complétée par le développement exponentiel des meublés touristiques, fait de Paris l'une des villes les mieux dotées au monde en matière d'hébergement touristique. L'offre hôtelière métropolitaine est concentrée à 69 % dans Paris, et les investisseurs continuent de privilégier l'intra-muros.

	Superficie (Km <sup>2</sup> )	Nombre d'hôtels	Nombre de chambres	Taille moyenne des hôtels (en nbre de chambres)	Densité: hôtels/km <sup>2</sup>	Densité: chambres/km <sup>2</sup>
Grand Londres	1 572	1 550	155 000	100	1,0	99
New-York (5 boroughs)	785	630	115 532	183	0,8	147
Barcelone intra-muros	102	428	38 099	89	4,2	374
Berlin	892	800	130 000	163	0,9	146
Amsterdam	219	501	34 758	69	2,3	159
Paris intra-muros	105	1 674	87 051	52	15,9	829

Carte de l'Apur illustrant la concentration des hôtels du Grand Paris au sein de Paris intra-muros



C'est pourquoi nous proposons d'arrêter le développement de nouveaux hôtels dans Paris intra-muros – à l'exception de quelques secteurs à revitaliser – au profit du renforcement de l'attractivité du Grand Paris et de la solidarité métropolitaine.

Ainsi, nous proposons d'inscrire lors de la prochaine révision du plan local de l'urbanisme (PLU), le principe de refus de tout nouveau permis de construire dans les secteurs concernés par une offre hôtelière excessive, sur la base d'un ratio maximal de mètre carré d'hébergement touristique/mètre carré de logements. Ce ratio permettra de distinguer les secteurs dans lesquels seuls les travaux de modernisation des hôtels existants seront autorisés (et les nouveaux projets interdits) de ceux dans lesquels il sera possible de construire de nouveaux hôtels participant à la requalification d'un quartier et à la mixité de ses usages. Les auberges de jeunesse notamment seront exclues de ces restrictions afin de faciliter le renforcement de l'accessibilité de l'offre hôtelière à Paris, dans un paysage d'établissements plutôt haut de gamme.

Cette mesure de restriction constituera une opportunité de développement pour les communes du Grand Paris, qui deviendront plus attractives. Cela permettra de désaturer les flux touristiques et de construire une vraie offre touristique métropolitaine. Ce rééquilibrage sera encouragé par la réalisation du métro du Grand Paris Express, qui améliorera la desserte de nombreuses communes métropolitaines. Ces dernières profiteront davantage des retombées économiques et sociales du tourisme, ainsi que d'une mise en valeur de leurs richesses locales, qui sont aujourd'hui bien souvent méconnues par les touristes. À titre d'exemple, la basilique de Saint-Denis, joyau de l'art gothique et dernière demeure des rois de France, a accueilli en 2017 seulement 126 000 visiteurs, quand la cathédrale de Notre-Dame en accueillait plus de 10 millions...

Tous les hôtels, que ce soient les nouveaux hôtels construits ou les hôtels existants à rénover, devront en outre respecter des normes environnementales très exigeantes tant en ce qui concerne les normes en matière de construction que d'exploitation.

**c. Encourager la création de nouveaux concepts hôteliers innovants, mélangeant dans un même bâtiment chambres d'hôtel et logements, grâce au lancement de concours d'architecture sur le modèle de "Réinventer Paris"**

Les concours d'architecture et d'urbanisme « Réinventer Paris », initiés par la Ville de Paris et la Métropole du Grand Paris, ont été de formidables outils pour favoriser les innovations urbaines, architecturales, environnementales et sociétales.

Nous proposons de lancer, à l'échelle métropolitaine, un appel d'offres sur le modèle des « Réinventer Paris » pour encourager le développement de nouveaux concepts hôteliers innovants et mixtes, mêlant des hébergements touristiques avec des logements ou d'autres formes d'hébergement (résidences sociales, résidences étudiantes, hébergement d'urgence...) et offrant des services qui profitent autant aux visiteurs qu'aux habitants.

Ces formes d'hébergement innovantes et mixtes permettront aux habitants de bénéficier des services de qualité que l'on retrouve dans l'hôtellerie (par exemple une conciergerie, des lieux de vie partagés en rez-de-chaussée ou en terrasse, une buanderie, un service de mise à disposition de vélos, etc.), tout en favorisant les échanges entre résidents et visiteurs.

Le secteur hôtelier est un secteur à l'origine d'innovations en matière d'architecture, de design d'intérieur et de services, qui influencent le domaine du logement et de l'hébergement. De plus, les interactions sont nombreuses entre l'hôtellerie et l'hébergement social.

Ces concours seront ainsi l'opportunité d'encourager le transfert d'innovations entre les secteurs de l'hôtellerie, du logement et de l'hébergement, et contribueront à faire émerger de nouveaux concepts de logements adaptés aux enjeux de la ville de demain : offrir des logements temporaires à des travailleurs de plus en plus mobiles, mutualiser les espaces et les services dans une ville dense où les surfaces sont de plus en plus contraintes, inventer de nouvelles formes architecturales et des nouvelles tendances en matière d'architecture d'intérieur, développer l'agriculture urbaine dans des projets hôteliers, favoriser la mixité sociale, les échanges et la solidarité entre des publics de nationalités, d'âges et de catégories socio-professionnelles différentes, etc.

La Ville de Paris pourra proposer du foncier dans les secteurs identifiés comme devant être revitalisés, et proposer aux collectivités du Grand Paris de s'inscrire dans cette démarche pour lancer un concours tel que « Inventons la Métropole du Grand Paris », spécialement dédié à l'hôtellerie.

## **2. FAVORISER LES MOBILITÉS TOURISTIQUES PROPRES DANS LA VILLE :**

### **a. Développer les modes de transport écologiques sur la Seine et les canaux**

La mise en valeur de l'axe Seine est l'une des grandes priorités de la Ville de Paris depuis 2009. L'une des réalisations les plus emblématiques de la mandature est la fermeture à la circulation automobile des berges de Seine rive droite pour créer le parc Rives de Seine en 2017, quatre ans après l'aménagement des berges de la rive gauche. Les berges de Seine parisiennes se sont depuis métamorphosées en un parc de 10 hectares, propice à la balade, à la flânerie, aux activités sportives et de loisirs, et à la découverte des plus beaux monuments de Paris. Le parc Rives de Seine de la rive droite a d'ailleurs accueilli 1,5 million de visiteurs en 2018.

La priorité, désormais, pour continuer à mettre en valeur ce patrimoine exceptionnel est de développer les modes de transport écologiques sur la Seine.

Les croisières sur Seine et les fameux bateaux-mouches font partie des activités les plus pittoresques à faire à Paris et sont emblématiques de la capitale. Mais cette activité a tendance à devenir de plus en plus une source de pollution sonore et visuelle, en raison de haut-parleurs trop bruyants et d'éclairages trop éblouissants qui nuisent au bien-être des promeneurs et riverains, sans compter la pollution atmosphérique qu'ils génèrent en raison de motorisations encore majoritairement thermiques. Il faut donc accompagner la transition de ce secteur vers une réduction des nuisances et des motorisations plus propres. La poursuite de la réflexion quant à l'avitaillement des bateaux (électrique, GNV, hydrogène) et à la gestion des déchets s'impose tout particulièrement. Dans la même dynamique que la sortie du diesel pour les autocars à l'horizon 2024, un calendrier de sortie du diesel reste à définir pour les transports fluviaux.

Au-delà des croisières touristiques fluviales, la Ville doit encourager le développement d'une offre de transport en commun propre sur la Seine tant pour les habitants que pour les touristes, en lien avec Haropa Port de Paris. À l'ère de la fin du diesel, il est inenvisageable de continuer à sous-exploiter l'axe Seine comme support de transport écologique. Il faut accélérer l'innovation dans ce secteur en soutenant des expérimentations comme les taxis volants SeaBubbles et en facilitant la mise à disposition de pontons, qui peuvent être le support de bornes de recharge et de nouvelles activités de transport fluvial.



Image : Bourse Direct / Lionel Bonaventure/ Afp, Test d'un sea bubble le 20 mai 2018

Cette transition écologique pourrait se réaliser en 3 temps :

- Dans un premier temps, déployer très rapidement des technologies de réduction des émissions, telle que la solution Antismog, sur l'ensemble des bateaux de manière à réduire significativement les problèmes de pollution à court terme.

**Un exemple de solution de réduction des émissions : la solution Antismog**

> Solution d'injection d'hydrogène avant combustion destinée à réduire à la source les émissions polluantes des moteurs, notamment les particules des gaz d'échappement des moteurs diesel. Elle peut être installée a posteriori de la production des véhicules et est conçue pour s'adapter à différents types de motorisations, poids et usages de véhicules.

> **Une expérimentation menée sur une péniche** Paris City Vision a démontré des résultats très positifs. La solution s'avère simple à installer, s'adapte à différents types de moteurs, véhicules et machines et ne nécessite qu'une courte formation pour l'installation. Les résultats des tests effectués sont encourageants avec des baisses d'émissions de particules et de Nox ainsi que des baisses de consommation de carburant jusqu'à -20% qui pourraient justifier un investissement par les opérateurs rentabilisable à court terme.

- Encourager en parallèle le déploiement des technologies électriques, qui commencent à être commercialement pertinentes pour certains usages. Si elles ont encore des difficultés à atteindre la vitesse minimale requise sur la Seine et une autonomie suffisante, ces technologies sont d'ores et déjà utilisées par des opérateurs comme Green River, SeaBubbles avec ses taxisvolants, les navettes fluviales Mobil'lcade entre le parc de la Villette et le Millénaire à Aubervilliers, les Marins d'eau douce à la Villette, et des projets lauréats du concours « Réinventer la Seine ».
- A plus long terme, déployer les technologies hydrogènes. Elles sont aujourd'hui encore au stade de l'expérimentation, mais sont prometteuses. Paris Canal étudie actuellement un projet de navette pour voyageurs sur le canal de l'Ourcq. La Ville de Paris, avec ses partenaires métropolitains, travaille sur une feuille de route pour le développement de l'hydrogène vert à l'horizon 2050.

En revanche, la Ville de Paris doit rester ferme sur le refus strict du développement des croisières avec hébergement, qui représentent la quintessence du tourisme de prédation. En effet, non seulement ces dernières constituent des activités polluantes, mais elles n'apportent que de très faibles retombées économiques et sociales positives pour le territoire d'accueil puisqu'elles fonctionnent en vase clos. Les voyageurs dorment et dînent sur place, et font un tour de Paris express avec des visites négociées à l'avance au tarif le plus bas. C'est pour ces différentes raisons, auxquelles s'ajoutent des raisons de saturation de l'espace public, que la Ville de Paris doit continuer à s'opposer à la création d'un terminal géant de croisière au Port de Grenelle et doit rester ferme sur l'interdiction des bateaux de plus de 125 mètres dans le bief parisien.

#### **b. Réduire la circulation des cars de tourisme à Paris en vue d'une interdiction complète en 2024 :**

On l'a vu, les 1 200 autocars de tourisme, les 400 « cars Macron » qui circulent quotidiennement à Paris en haute saison et les bus dits « *hop-on hop-off* » sont la cause de

nombreuses nuisances pour les Parisiens : pollution atmosphérique, sonore et visuelle, encombrement des voies et de l'espace public, etc.

Il n'est plus acceptable, dans une ville aussi dense que Paris et dotée d'un réseau de transport en commun parmi les plus performants au monde, que les touristes utilisent un mode de transport ayant autant d'impacts négatifs sur l'espace public et sur la vie des habitants. Les touristes doivent privilégier les modes de transport actifs (la marche, le vélo) et les transports en commun.

La Ville de Paris a déjà réalisé un travail ambitieux au cours du mandat en coopération avec les transporteurs pour régler la question environnementale : tous les opérateurs d'autocars devront investir dans des cars non-diesel d'ici à 2024 (GNV, hybride, ou électrique) et dès 2021 les autocars Crit'air 3 seront interdits.

Mais il convient d'aller plus loin pour désencombrer l'espace public. Nous proposons d'agir sur différents leviers.

- Dès 2020 : réduire la circulation des autocars dans Paris et mieux contrôler les pratiques. Nous proposons qu'un plan de réduction de la circulation des autocars soit élaboré en concertation avec les professionnels du secteur, avec les hôteliers, les commerces, les grands magasins et les sites touristiques impactés, ainsi qu'avec la Métropole du Grand Paris. L'objectif final se portant sur une sortie des autocars à l'horizon 2023-2024. Plusieurs solutions peuvent être étudiées et certaines pourraient être mises en place très rapidement.
  - Restreindre la circulation des autocars en heure de pointe dans tout Paris.
  - Restreindre la circulation dans les voies de gabarit réduit et les voies de circulation dans les rues à sens unique pour fluidifier la circulation.
  - Restreindre progressivement le stationnement sur la voirie, source de pollution visuelle dans les grands sites touristiques comme Haussman, Pigalle, Tour Eiffel et Louvre-Rivoli, pour privilégier les parkings en sous-sol, en mutualisant les places de stationnement avec les centres bus de la RATP qui sont vides en journée.

Nous souhaitons en parallèle renforcer les équipes de contrôle au sein de la police municipale et durcir les sanctions contre les comportements inciviques qui sont source de nuisances pour les Parisiens (stationnement gênant, moteurs qui continuent de tourner à l'arrêt, déposes-reprises sauvages, etc.).

- À l'horizon 2024 : Remplacer les autocars par des navettes propres et de plus petite taille. Cet horizon laisse le temps aux professionnels du tourisme d'adapter leurs pratiques et d'aménager des gares multimodales connectées au réseau du Grand Paris Express. Les passagers pourront ainsi rejoindre le centre de Paris grâce au réseau de transport en commun ou grâce à des navettes électriques.

La régulation du nombre d'autocars va contribuer à diminuer la part du tourisme de groupe à Paris et augmenter celle du tourisme individuel, qui apporte à la fois plus de valeur et génère moins de nuisances pour le territoire. On l'a vu<sup>18</sup>, le tourisme de groupe est en effet à l'origine de phénomènes de congestion et de pics de charge pour les services urbains, difficiles à absorber dans une ville aussi dense que Paris. De plus, les opérateurs de tourisme de groupe ont tendance à tirer les prix vers le bas et à fonctionner en vase clos, avec des retombées économiques limitées pour le territoire d'accueil. Limiter le nombre d'autocars en circulation dans Paris incitera le secteur touristique à s'adapter pour attirer davantage de touristes individuels, qui peuvent utiliser les transports en commun, ou des micro-mobilités (vélos, trottinettes, etc.) et/ou se déplacer à pied.

Néanmoins, Paris doit rester une ville accessible et accueillante pour les publics spécifiques et fragiles ayant besoin de modes de transport collectif adaptés (les seniors, les groupes scolaires et les personnes à mobilité réduite), qui pourront continuer à visiter Paris grâce à des navettes de petite taille et 100 % propres.

Concernant les lignes de bus régulières à vocation touristique (les bus *hop-on hop-off* à toit découvert) : deux compagnies ont le droit d'opérer jusqu'en 2024. Il est impensable dans ce contexte que de nouvelles compagnies opèrent ou que de nouvelles lignes soient créées. La Ville s'y opposera. Par ailleurs, ces compagnies devront faire évoluer leur modèle pour adopter des bus écologiques et de la plus petite taille possible. Afin d'éviter le risque de

---

<sup>18</sup> Voir Partie I. 1. c.

multiplication des véhicules, la Ville de Paris régulera le nombre de bus en circulation en limitant le nombre d'arrêts par jour, par compagnie et par station.

### **c. Développer le cyclo-tourisme à Paris :**

Grâce aux investissements considérables réalisés par la municipalité, Paris est devenue une ville très agréable à visiter à vélo, et le nombre de cyclistes à Paris s'est considérablement accru. Entre septembre 2018 et septembre 2019, on comptabilise en moyenne une hausse de 54 % de cyclistes sur les voies cyclables parisiennes, avec des augmentations très fortes sur certaines voies nouvellement équipées comme le boulevard Voltaire (+ 82 %) ou le quai François-Mauriac (+ 66 %). Plus de 4 500 cyclistes circulent chaque jour sur la nouvelle piste cyclable de la rue de Rivoli. L'un des plus anciens compteurs, situé rue La-Fayette, enregistre une hausse de 220 % depuis le début de la mandature alors qu'il n'y a pas eu de nouvelle piste cyclable sur cet axe. Cela témoigne d'une augmentation générale de la pratique du vélo à Paris, et pas seulement sur les axes nouvellement équipés.

De plus, la création de nouvelles voies cyclables sécurisées, séparées de la circulation motorisée par des blocs de granit, continues et plus lisibles a considérablement amélioré la sécurité des cyclistes, et le nombre d'accidents graves à vélo est très faible en comparaison des autres modes de transport. Ces nouvelles infrastructures ont créé des parcours entièrement sécurisés dans les zones touristiques, par exemple sur l'axe Louvre-Rivoli et de Notre-Dame à la tour Eiffel.

Il faut poursuivre cette dynamique pour proposer davantage de circuits touristiques sécurisés à vélo et faciliter au maximum l'usage du vélo par les touristes. Aujourd'hui, deux utilisateurs de Vélib' sur dix sont des touristes (17 % du total des abonnés ont renseigné une adresse hors Ile-de-France). Les étrangers sont particulièrement séduits par le concept puisque deux abonnés de courte durée sur trois résident hors de France.

La priorité est de continuer à investir dans l'aménagement des pistes cyclables et en particulier d'améliorer les continuités avec le Grand Paris pour favoriser l'essor d'un tourisme métropolitain. En effet, trop souvent les pistes cyclables deviennent difficilement praticables ou peu lisibles lorsque l'on arrive aux abords du périphérique et cela peut

décourager la pratique du vélo, notamment pour les touristes qui résident dans des hôtels de la Petite ou la Grande Couronne.

L'aménagement des « boucles cyclables olympiques » à l'horizon des JO 2024, qui relieront l'ensemble des sites olympiques parisiens sur plus de 1 000 km, seront l'occasion de créer des parcours touristiques entre Paris et la Seine-Saint-Denis. Cet aménagement doit s'accompagner d'un travail de mise en valeur des richesses culturelles, sociales, patrimoniales et paysagères tout au long du parcours (par exemple la basilique Saint-Denis, le 6b, la Street Art Avenue à Saint-Denis, le musée du Mac Val à Vitry-Sur-Seine ou encore le Parc des Expositions du Bourget, etc.).

Il faut également créer de nouveaux circuits de visites touristiques et culturelles à vélo en développant des parcours avec des applications partenaires comme Géovélo, ou en organisant des événements festifs et culturels avec des acteurs comme Paris en Selle. Un travail important est à mener pour améliorer la signalétique touristique pour les cyclistes et les piétons.

Enfin, il est nécessaire de créer de nouveaux services pour faciliter au maximum l'usage des vélos par les visiteurs, que ce soit par le biais du service Vélib' Métropole ou par la création de nouvelles offres qui bénéficieront aux touristes comme aux Parisiens : des vélos adaptés aux familles tels que des vélos-cargos ou des vélos équipés de porte-bébés, ou encore des vélos pliables que l'on peut prendre dans les transports en commun pour aller visiter des sites en dehors de Paris comme Versailles, Fontainebleau ou la Vallée de Chevreuse.

Au-delà du service Vélib' Métropole, des services gratuits ou à prix réduit de mise à disposition de vélos pourraient être encouragés par la municipalité. Ainsi, comme dans de nombreuses villes, les hôteliers pourraient proposer eux-mêmes des vélos à la journée à leurs clients. Pour les y inciter, nous élargirons les aides de la Ville de Paris pour l'installation d'abris vélos sécurisés aux hôteliers et leur proposerons la création, en remplacement d'une place de stationnement de surface attenante à chaque hôtel, d'un parking vélo réservé.

Le cyclotourisme est une opportunité d'accélérer la mutation de la ville de Paris en une ville cyclable pour tous, que ce soit pour les trajets du quotidien ou pour favoriser la flânerie dans la ville et le *slow tourism*.

### **3. FAIRE DE PARIS UNE DESTINATION TOURISTIQUE NEUTRE EN CARBONE ET ZÉRO-DÉCHET :**

#### **a. Adopter une trajectoire d'un tourisme neutre en carbone grâce à une Contribution Planète Paris intégrée à une taxe de séjour modernisée**

Face au dérèglement climatique, la baisse drastique de nos émissions carbone doit être une priorité absolue. Pour atteindre les objectifs fixés par le Giec (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat) de limiter le réchauffement climatique planétaire à 1,5 degré d'ici 2030, il faudra diviser par deux nos émissions carbone d'ici 2030.

Dans le secteur touristique, les émissions carbone sont principalement dues aux arrivées aériennes. Certaines villes affichant un bilan carbone enthousiaste oublient de prendre en compte cet élément majeur. Or, pour une ville comme Paris, cela représente 90 % de l'impact et environ 20 millions de tonnes de CO<sub>2</sub> émises chaque année par les 8 millions de voyageurs français et étrangers qui se rendent à Paris en avion.

L'objectif que nous visons consiste à réduire les émissions de l'ensemble de la filière touristique, en particulier du secteur aérien, et à compenser les émissions restantes grâce au financement de projets d'absorption du carbone.

Pour réduire les émissions du secteur touristique, nous devons en premier lieu diminuer, ou a minima stabiliser, le nombre d'arrivées aériennes des touristes à Paris.

Pour atteindre cet objectif, il faudra recentrer nos efforts de promotion touristique sur des régions proches (France, Europe), pour lesquelles les touristes privilégient le train pour se rendre à Paris. Ce recentrage de la stratégie de développement touristique contribuera non seulement à faire baisser la part de l'aérien dans la part des arrivées touristiques à Paris, mais également à développer un tourisme plus vertueux que nous appelons de nos vœux : la recherche de la valeur et de l'impact positif plutôt que la course au nombre de visiteurs.

Nous devons en parallèle accompagner la transition écologique de l'ensemble de la filière touristique afin de réduire les émissions à la source.

Cela passe en particulier par l'amélioration de la performance énergétique du secteur aérien : la Ville devra exiger de Paris Aéroport et de la Direction générale de l'aviation civile une régulation aérienne qui engage la transition des compagnies vers des avions à basse émission.

Nous souhaitons également accompagner l'ensemble de la filière touristique dans sa transition écologique en encourageant notamment le développement de mobilités propres et en accompagnant le secteur de l'hôtellerie-restauration dans l'amélioration de leurs performances environnementales (cf. autres propositions du rapport).

Afin de financer à la fois des projets contribuant à la réduction des émissions carbone et des projets d'absorption carbone, nous proposons d'instituer une taxe de séjour modernisée, plus simple, plus juste et plus écologique, intégrant une Contribution Planète Paris.

Redevable par tous les visiteurs et fixée de manière proportionnelle à 5 % du prix de la nuitée (conformément à d'autres standards internationaux, voir tableau ci-après), quel que soit le type d'hébergement. Cette nouvelle taxe de séjour sera plus lisible que la taxe de séjour actuelle (qui est fixée de manière forfaitaire pour les hôtels classés alors qu'elle est proportionnelle pour les hébergements non classés et pour les meublés). Elle sera plus équitable puisqu'elle instaurera une progressivité du montant en fonction du prix de la chambre et s'avérera donc plus adaptée aux moyens de chacun. Pour les meublés touristiques, nous proposons que la taxe, actuellement plafonnée à 2,30 € par personne par nuitée, soit déplafonnée, ce qui permettra d'augmenter le montant collecté de manière significative.

**Exemple de taxes de séjour proportionnelles mises en place dans d'autres grandes capitales touristiques**

Ville	Taxe de séjour sur les meublés touristiques (par personne et par nuit)	Taxe de séjour sur les hôtels (par personne et par nuit)
Berlin	5% du prix de la nuitée	5% du prix de la nuitée
Amsterdam	5% du prix de la nuitée (avec majoration de 10% en janvier 2020)	7% du prix de la nuitée + 3€ (en janvier 2020)
New York	5% du prix de la nuitée	14,75% du prix de la nuitée
San Francisco	14% du prix de la nuitée (+ une taxe d'occupation)	14% du prix de la nuitée
Houston	7% du prix de la nuitée	Jusqu'à 17% du prix de la nuitée
Philadelphie	6% du prix de la nuitée	14% du prix de la nuitée

En outre, cette version modernisée de la taxe de séjour alimentera une Contribution Planète Paris, tandis que l'autre moitié continuera à alimenter le budget de la collectivité dans des proportions équivalentes aux montants actuellement collectés (83 M€ aujourd'hui).

Cette Contribution Planète Paris visera à financer des projets de compensation de tout ou partie de l'impact carbone des visiteurs. Payée par les visiteurs eux-mêmes, au sein de la taxe de séjour, cette contribution est *in fine* l'application du principe du pollueur payeur au champ touristique.

Cette contribution servira notamment à financer des projets de réduction des émissions de gaz à effet de serre, en particulier par le soutien à des projets de puits carbone – qui stocke le carbone – dans les forêts et dans les sols. Pourront notamment être financés à proximité de Paris des projets labellisés Bas Carbone<sup>19</sup> dans les domaines forestiers et agricoles ainsi que d'autres projets dans le monde présentant toutes les garanties environnementales et sociales.

D'après nos calculs, cette contribution pourrait atteindre 90 M€ annuels pour financer des projets de compensation et d'absorption. Ce montant aura vocation à terme à mettre les émissions des visiteurs parisiens sur une courbe compatible avec les objectifs du Giec limitant le réchauffement à deux degrés

Nous recommandons enfin que les grands événements accueillis à Paris, en particulier les Jeux olympiques et paralympiques, atteignent l'objectif d'être neutres en carbone.

En travaillant sur les différents leviers : réduction des émissions à la source, financement de projets innovants pour accélérer l'innovation énergétique, absorption des émissions résiduelles, organisation d'événements exemplaires à Paris, nous tendons résolument vers l'objectif de diviser par deux les émissions carbone liées au tourisme à l'horizon 2030 comme le préconise le Giec, et de faire de Paris la première grande capitale touristique « carbone neutre ».

## **b. Faire de Paris la ville pionnière d'un tourisme zéro déchet et éco-responsable**

Parmi les méfaits décrits du *binge tourism* et du développement d'offres de restauration bas de gamme aux abords des sites touristiques, la question des déchets plastique et papiers alimentaires est absolument critique.

La Ville devra en ce sens :

- accompagner le secteur de l'hôtellerie-restauration dans des démarches d'économie circulaire – privilégier l'approvisionnement local, développer le

---

<sup>19</sup> Le label Bas-Carbone défini par décret n°2018-1043 et arrêté du 28 novembre 2018 permet aujourd'hui de compenser des émissions en soutenant des projets forestiers et agricoles

réemploi et le recyclage, lutter contre le gaspillage alimentaire (en particulier pour les petits déjeuners qui posent un réel enjeu de gestion pour les hôteliers) ;

- mieux valoriser les hôteliers et restaurateurs exemplaires détenteurs de labels environnementaux comme la Clé verte, Écotable ;
- se montrer exemplaire en imposant le zéro plastique à usage unique et le zéro déchet dans les cahiers des charges des concessions de restauration et de commerce de la Ville, ou de ses opérateurs (SEM notamment), dans les lieux touristiques et à leurs abords ;
- demander au gouvernement un droit d'expérimentation locale sur une interdiction générale du plastique à usage unique dans les sites touristiques.

#### **4. PRÉSERVER LA DIVERSITÉ COMMERCIALE ET L'IDENTITÉ ESTHÉTIQUE QUI FONT LE CHARME DE PARIS**

##### **a. Lutter contre l'uniformisation commerciale et les commerces d'enseigne en rachetant les boutiques commerciales de certains quartiers devenus ultra touristiques pour y réinstaller des commerces de proximité**

Ce qui fait le charme de Paris, pour les Parisiens comme pour les visiteurs, c'est la densité et la diversité de ses commerces : des grands magasins aux brasseries parisiennes, en passant par les commerces de bouche et les librairies indépendantes. Paris compte deux fois plus de commerces par habitant que les autres grandes villes de France<sup>20</sup> et une diversité commerciale unique au monde. Cette vitalité du commerce est l'une des principales attractions touristiques de Paris<sup>21</sup>, et le tourisme contribue en retour à entretenir ce dynamisme.

Toutefois, ce cercle vertueux est fragile et, dans les quartiers les plus visités, le tourisme est devenu la cause d'une disparition des commerces de proximité et des commerces indépendants au profit des grandes enseignes, des chaînes de restauration rapide et de boutiques de souvenirs. En effet, dans les zones touristiques, on observe un taux de

---

<sup>20</sup> Étude de l'Apur sur le commerce à Paris-2017.

<sup>21</sup> Le shopping est le 3<sup>e</sup> motif de visite à Paris selon le Comité régional du tourisme.

grande enseigne 1,5 fois supérieur au reste de Paris<sup>22</sup>, et cette tendance se renforce de plus en plus : entre 2003 et 2017, le nombre de grandes enseignes et de grandes chaînes de restauration a augmenté de 40 % dans les zones touristiques internationales.

### **Quelques exemples du commerce de prédation et de la standardisation dans les quartiers parisiens**

Place Saint-Michel, une boutique Sephora va ouvrir à la fin de l'année à la place de la brasserie typiquement parisienne Saint-Séverin.

À Montmartre, un Starbucks s'est installé à deux pas de la Place du Tertre à la place d'un ancien restaurant.

Dans le Marais, les boutiques de mode se multiplient et transforment peu à peu le quartier en un centre commercial de luxe géant. A titre d'exemple, en 2014 la maison de la presse « Agora presse », a été remplacée par la cinquième boutique The Kooples du quartier.

À Saint-Germain-Des-Prés, la librairie historique La Hune a finalement disparu en 2012 au profit d'une boutique Louis Vuitton malgré une très forte mobilisation associative pour le maintien de cette librairie, en vain.

Ces quartiers sont devenus difficiles à vivre pour les habitants, qui n'ont plus de commerces de proximité, et leur image se dégrade aussi pour les touristes, qui retrouvent à Paris les mêmes enseignes standardisées présentes dans toutes les autres villes du monde.

De plus, cette tendance à l'uniformisation commerciale, une fois enclenchée, est irréversible puisque l'installation de grandes enseignes contribue au renchérissement des baux commerciaux, qui rend impossible la réinstallation ultérieure de commerces indépendants.

La seule façon d'enrayer ce mécanisme est de reprendre la maîtrise foncière dans ces quartiers soumis à la spéculation commerciale afin de les sortir de leur « Disneychalandisation ».

---

<sup>22</sup> 36 % des commerces sont des grandes enseignes dans les ZTI contre 24 % dans le reste de Paris.

Nous proposons donc concrètement que la Ville, à travers un programme Vital'Quartiers touristiques rachète progressivement une part de foncier commercial dans les quartiers touristiques menacés d'uniformisation, pour y maintenir ou y réinstaller des commerces de proximité et de la diversité qui créent de la valeur pour le bien commun.

La Ville de Paris a déjà mis en œuvre avec succès ce type d'action via le dispositif Vital'Quartiers, avec des résultats très positifs dans des quartiers menacés de mono-activité (par exemple, la rue de Lancry dans le 10<sup>e</sup> arrondissement, où le nombre de grossistes textile a baissé de 53,8 % laissant place à des activités diversifiées) ou pour défendre des commerces culturels menacés de disparition (par exemple les librairies dans le Quartier latin)<sup>23</sup>.

Budgétairement ambitieux, ce plan garantira à la Ville une diversité commerciale à long terme qui serait perdue pour toujours en cas d'attentisme. Il constituera, quoi qu'il arrive, un actif pour la Ville qui ne se dépréciera jamais. Grâce à cette action nous entendons favoriser le maintien ou la réimplantation au sein des quartiers touristiques de commerces de qualité, structurants, et ayant un réel ancrage local. Cela participera à la reconquête par les Parisiens des territoires touristiques, tout en proposant aux visiteurs une forme de visite plus qualitative, typiquement parisienne et avec un impact local positif.

#### **b. Respecter l'identité artistique et historique de Paris grâce à la nomination d'un directeur artistique de la ville :**

L'image de Paris est intimement liée à son histoire, à son ADN. Sans vouloir « momifier » la ville, il faut accompagner son développement urbain en respectant l'œuvre culturelle. Concrètement, on doit imaginer la continuité de l'identité visuelle de la capitale qui, hormis ses monuments emblématiques, s'est construite par son mobilier urbain caractéristique : les colonnes publicitaires Morris, les kiosques à journaux, les fontaines Wallace, les bouches de métro, les lampadaires, etc. Poursuivre le développement du « visage » de Paris, en harmonie avec son histoire, est une mission délicate. Elle doit prendre en compte les problématiques des pouvoirs publics, ceux de la municipalité – la signalétique, les

---

<sup>23</sup> Dispositif « Vital'Quartier » mis en œuvre par la Semaest - <https://www.semaest.fr/la-semaest/nos-realizations/realisation/project/vitalquartier/>

transports – et celles des habitants, tout en affirmant une dimension artistique à la hauteur de l'esthétisme de la ville, qui est l'un de ses atouts touristiques majeurs.

Nous proposons donc de confier cette mission à un directeur (ou une directrice) artistique de la ville. Son rôle consisterait à superviser l'identité artistique de Paris et son évolution de manière intelligente dans le plus grand respect du patrimoine. En relation directe avec l'architecte des Bâtiments de France, cette personne – autorité artistique incontestable – bénéficierait d'une vision globale, d'un pouvoir de décision et d'un droit de veto sur les différentes réalisations et les grands travaux de rénovation. À la façon des directeurs artistiques qui font la renommée des créateurs de haute couture, le directeur artistique insufflerait l'identité esthétique de Paris et la préserverait. Derrière le rôle de préservation du patrimoine se tient un rôle de création important, qui pourrait par exemple donner au mobilier accompagnant les zones en travaux une tout autre dimension et, ainsi, mieux valoriser l'image de la ville.

## **5. LUTTER CONTRE LE RISQUE DE SATURATION TOURISTIQUE ET GARANTIR UNE HARMONIE ENTRE TOURISTES ET HABITANTS :**

### **a. Développer la visite des quartiers alternatifs dans Paris et le Grand Paris par la création de nouveaux parcours touristiques et par l'implantation de nouveaux hébergements dans ces quartiers**

La plupart des flux touristiques à Paris sont concentrés autour de cinq grands sites : la tour Eiffel/Trocadéro, l'Arc de triomphe et les Champs-Élysées, Notre-Dame, le Marais et le Quartier latin, Louvre et Opéra, et la Butte Montmartre. En dehors de Versailles et Disneyland Paris, les touristes s'aventurent encore trop peu dans le Grand Paris ou dans les arrondissements périphériques de Paris, qui regorgent pourtant de monuments, quartiers pittoresques et lieux alternatifs attractifs (par exemple, le canal Saint-Martin et le canal de l'Ourcq, le Centquatre, La Villette, les parcours de découverte du street art dans le 13<sup>e</sup> arrondissement et la Butte aux Cailles, la basilique Saint-Denis ou encore le Bois de Vincennes).

Cette concentration des flux entraîne une saturation des sites les plus touristiques et génère des nuisances (encombrement de la voirie, dégradation des sites, saleté, pickpockets et ventes à la sauvette) et un sentiment de dépossession de ces lieux emblématiques par les Parisiens, qui évitent de fréquenter ces zones devenues difficiles d'accès. De plus, cela empêche les autres quartiers de bénéficier des retombées économiques et sociales du tourisme. Or, celles-ci peuvent constituer un formidable levier de revitalisation pour des quartiers qui souffrent d'un manque d'attractivité ou d'un manque de mixité sociale.

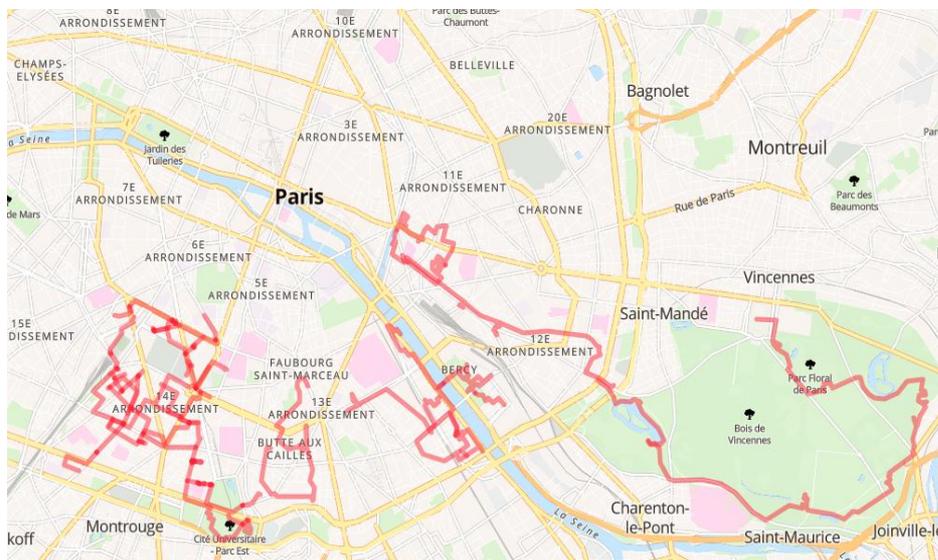
**Les bienfaits du développement touristique dans un quartier en requalification :**

L'installation d'un hôtel à la Porte Montmartre, TheOriginals, a considérablement transformé et apaisé ce quartier populaire qui était marqué par l'insécurité. Cet hôtel original, développé par le premier groupe hôtelier coopératif européen, a pu voir le jour grâce au soutien actif de la Ville de Paris qui s'est portée caution à hauteur de 10,5M€. Grâce aux 95 salariés présents sur le site, à l'accueil de voyageurs du monde entier, à l'ouverture d'un restaurant-bar en *rooftop*, et à l'organisation de séminaires d'entreprises, cet hôtel a contribué à la mutation de cette porte de Paris, à l'amélioration du cadre de vie, à l'animation du quartier, et à la création d'un nouveau lien entre Paris et Saint-Ouen.

Nous préconisons donc de désaturer les flux touristiques en construisant des parcours touristiques métropolitains plus diversifiés et en implantant des hébergements touristiques dans le Grand Paris. Cela permettrait à la fois de mieux redistribuer les richesses issues du tourisme sur l'ensemble du territoire parisien et de répondre aux attentes des visiteurs qui souhaitent découvrir un Paris plus authentique, fréquenter les mêmes lieux que les Parisiens et visiter des lieux plus alternatifs, en dehors des sentiers battus.

## La création de balades touristiques pour découvrir des quartiers hors des sentiers battus

Durant cette mandature, la Ville de Paris a œuvré à la création d'itinéraires de balades dans des quartiers parisiens méconnus des visiteurs, notamment dans les 12<sup>e</sup>, 13<sup>e</sup> et 14<sup>e</sup> arrondissements. Une dizaine de circuits révèlent les points d'intérêts historiques, artistiques, architecturaux, artisanaux ou encore relatifs à l'innovation, qui jalonnent ces arrondissements périphériques. Ils mettent par exemple en valeur le street art dans le 13<sup>e</sup> arrondissement, ou encore la nature et le savoir-faire dans le 12<sup>e</sup> arrondissement. Ces balades ont pour but de faire découvrir aux visiteurs un Paris plus insolite et singulier, le « Paris des Parisiens ». Elles contribuent à une meilleure répartition des retombées économiques du tourisme entre les arrondissements ainsi qu'à désaturer les flux. Ce type d'initiatives doit être poursuivi dans d'autres quartiers dont le potentiel est encore trop peu valorisé.



*Itinéraires des balades créées par la Ville de Paris*

*Source : opendata.paris.fr*

Nous devons multiplier ces parcours touristiques en partenariat avec les communes d'Ile-de-France pour faire de Paris une véritable porte d'entrée vers la visite du Grand Paris et construire un tourisme plus apaisé, plus redistributif entre les territoires et favorisant la rencontre entre les visiteurs et les habitants.

## **b. Une gouvernance nouvelle pour le tourisme parisien : l'Office métropolitain du tourisme**

Cette approche de parcours de visite dépassant le périphérique vers des destinations nouvelles ne pourra se faire que dans un partenariat renforcé avec les communes voisines. Celui-ci ne sera opérant qu'à condition de lui donner un nouveau cadre institutionnel.

Qu'il s'agisse de la basilique Saint-Denis ou des guinguettes de la Marne pour le tourisme de loisirs, les sites du Bourget et de Villepinte ou de la Défense pour le tourisme d'affaires, notre offre touristique est déjà étroitement liée aux communes de la Petite Couronne.

Nous proposerons ainsi la fusion de l'Office du tourisme et des congrès de Paris (OTCP), des Comités départementaux du tourisme du 93 et 94 et des services du tourisme du conseil départemental du 92 pour créer un Office métropolitain du tourisme visant au développement de tous les territoires du Grand Paris grâce au tourisme.

## **c. Inciter à la reconquête par les Parisiens des grands sites touristiques**

En parallèle de la construction de nouveaux parcours touristiques, nous souhaitons améliorer l'accueil et la qualité de service dans les grands sites touristiques pour que les Parisiens y aient plus facilement accès, que les riverains souffrent moins des nuisances liées au tourisme et pour améliorer la qualité de la visite au bénéfice de tous les visiteurs.

Pour atteindre cet objectif, nous préconisons d'améliorer l'accueil sur les grands sites touristiques en informant les visiteurs en temps réel sur l'affluence, en élargissant les plages horaires de visite, en développant la réservation en ligne et l'horodatage, et en pratiquant le « *yield management* » dans tous les sites les plus fréquentés, c'est-à-dire une adaptation de la tarification en temps réel en fonction de la fréquentation des lieux pour favoriser la visite pendant les heures creuses.

Nous proposons également que les habitants de la métropole disposent d'un coupe-file dans les grands musées et monuments parisiens.

Pour faciliter la reconquête par les Parisiens des grands sites touristiques, il est aussi nécessaire de mener des travaux d'aménagement sur certains sites peu accessibles ou insuffisamment mis en valeur. La Ville de Paris a beaucoup investi depuis six ans pour

améliorer l'accueil sur les sites touristiques, avec un plan de rénovation de nombreux musées parisiens (rénovation du musée Carnavalet, déménagement du musée de la Libération de Montparnasse vers Denfert-Rochereau dans un lieu plus visible, amélioration de l'accueil aux Catacombes) et, surtout, le lancement d'un grand projet de réaménagement des abords de la tour Eiffel, dont l'un des objectifs est de faire en sorte que les Parisiens ré-approprient ce site ressenti comme exclusivement destiné aux touristes.



*Le Projet « One I » de Gustafson Porter + Bowman : Un parc de 54 ha au pied de la tour Eiffel comprenant 2 ha d'espaces verts supplémentaires verra le jour d'ici 2024.*

Après avoir lancé le réaménagement d'un des sites les plus emblématiques de Paris, la tour Eiffel, nous devons poursuivre l'effort en améliorant l'accueil de l'autre emblème de la capitale : l'Arc de triomphe, en lien avec le Centre des monuments nationaux qui en est le gestionnaire. En effet, les abords et l'accès à l'Arc ne sont aujourd'hui pas à la hauteur de ce monument emblématique. L'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite reste complexe, les tunnels d'accès sont peu accueillants voire dissuasifs, et peu de services complémentaires sont apportés aux visiteurs. Le réaménagement de l'Arc de triomphe marquerait l'aboutissement des efforts menés par la municipalité pour revaloriser les

Champs-Élysées et pour que les Parisiens se réapproprient « la plus belle avenue du monde ».

Nous proposons en particulier que l'avenue des Champs-Élysées soit désormais piétonnisée tous les dimanches et animée par les acteurs associatifs, culturels et sportifs parisiens.

#### **d. Adapter notre stratégie de promotion touristique et nos indicateurs pour réussir le tourisme à impact positif**

Comme évoqué plus haut, le contrat tacite entre une ville et le tourisme repose sur l'équation dans laquelle l'augmentation du tourisme contribue à l'amélioration de la qualité de vie des résidents. C'est à cette condition que le tourisme reste à impact positif.

À ce titre, la photographie des flux touristiques actuels dans la capitale révèle l'impact négatif du tourisme de masse sur certains quartiers. Au-delà des mesures de régulation de la fréquentation et des nouveaux parcours, il faut envisager des solutions structurelles contre les formes de tourisme les plus prédatrices.

Ainsi, l'Office métropolitain du tourisme devra, à l'instar de celui d'Amsterdam, rajuster sa stratégie marketing à l'aune de ces nouvelles ambitions. En particulier, celui-ci devra :

- cesser toute promotion sur le marché du tourisme de groupes ;
- concentrer ses efforts de promotion sur les destinations proches et les visiteurs qui se rendent à Paris en train, afin de limiter les émissions carbone liées aux arrivées aériennes des touristes et en particulier des longs courriers ;
- renforcer la promotion des activités à destination des métropolitains ;
- concentrer ses dépenses de promotion sur les périodes de faible fréquentation touristique et pour valoriser les lieux et les parcours les moins saturés.

À horizon 2030, le tourisme à Paris doit être un tourisme qui se fonde dans la masse plutôt qu'un tourisme de masse. Cette stratégie doit désormais se concentrer sur la valeur créée pour le territoire et non simplement sur le volume. Elle doit générer un tourisme quasiment exclusivement constitué de visiteurs individuels dans l'ensemble des gammes de prix.

À ce titre, nous proposons que la Ville évalue désormais sa performance touristique non simplement à la lumière du volume de visiteurs, mais aussi de la durée moyenne de séjour

et de l'impact positif sur la Ville tant économique que social et écologique. Un tableau de bord intégrant les émissions carbone par visiteur, les emplois créés par le tourisme (en particulier pour les personnes les plus éloignées de l'emploi), la saturation de l'espace public ou la fréquentation des quartiers périphériques sera rendu public chaque année au Conseil de Paris et au Conseil métropolitain.

## **CONCLUSION**

Le tourisme est une magnifique activité. Son utilité économique et sociale n'est plus à démontrer, à condition qu'elle soit bien pensée et harmonieuse. C'est l'activité la plus importante au monde (près de 10 % du PIB mondial et environ 12 % des emplois), une ressource économique essentielle, pourvoyeuse d'emplois non-délocalisables, donc précieuse. Mais nous devons le protéger de ses démons. Au-delà de son intérêt social et économique, le tourisme génère du plaisir et contribue au rapprochement des peuples, il encourage la tolérance, participe à l'éducation et plus globalement à l'accès à la connaissance. Il joue également souvent un rôle dans la restauration du patrimoine historique et le dynamisme culturel. Rares sont les secteurs économiques qui peuvent se prévaloir de tels atouts. Nous devons donc lui prêter attention et anticiper à Paris tous les inconvénients du tourisme régulièrement constatés dans d'autres grandes villes européennes ayant généré auprès de la population locale des mouvements de rejet. L'activité touristique ne peut se développer si elle n'est pas envisagée en harmonie avec son environnement, autant avec les habitants qu'avec les espaces naturels visités.

C'est particulièrement vrai pour Paris, ville la plus visitée au monde (38 millions de visiteurs pour le Grand Paris en 2018, 10 millions rien qu'au Louvre) et dont l'espace intra-muros est particulièrement restreint. Afin d'éviter de dangereux écueils, Paris doit envisager l'avenir du tourisme suivant quatre grands axes : maintenir une forte harmonie entre visiteurs et habitants, œuvrer en faveur d'un tourisme écologique et compatible avec la lutte contre le réchauffement climatique, englober le Grand Paris dans sa stratégie touristique pour éviter les effets négatifs du surtourisme et, enfin, lutter contre la multiplication des grandes enseignes et boutiques de souvenirs, destinées uniquement aux touristes, implantées dans des quartiers emblématiques de la ville. Le grand défi de la capitale étant d'éviter

absolument la « Disneychalandisation » de Paris, en d'autres termes la transformation de Paris en une grande vitrine commerciale uniforme.

Toutes les propositions développées dans ce rapport vont en ce sens. Nos réflexions portent également sur des solutions visant à alléger la pression immobilière générée par les plateformes d'hébergement sur le logement des Parisiens, à réguler la circulation des autocars de tourisme – totalement inadaptés au centre de la capitale – et, enfin, à éviter le développement d'un tourisme de masse, sans intérêt ni pour les visiteurs, ni pour les Parisiens, ni pour Paris, qui y perd son identité et celle de ses quartiers. Ces réflexions sont essentielles afin d'éviter de subir les conséquences négatives du surtourisme. Il n'est nullement question de réserver la visite de Paris à une élite mais bien de favoriser un tourisme de qualité, mieux réparti dans l'espace et dans le temps. C'est la raison pour laquelle nombre de nos propositions consistent à penser le tourisme sur l'ensemble du Grand Paris et à associer toutes les communes voisines à ce développement. Un tourisme qualitatif ne signifie pas un tourisme cher, destiné à des visiteurs aisés. Le tourisme de luxe peut être, lui aussi, insupportable. L'objectif de Paris doit être de développer un tourisme bâti sur son patrimoine, son esthétique et sa véritable identité, son ADN en quelque sorte. Enfin, nos réflexions portent sur une approche touristique qui s'inscrit dans son époque, notamment en apportant des solutions globales en faveur de l'environnement.

La réalisation de ces propositions pourrait ainsi faire de Paris la grande capitale du tourisme urbain de demain. La Ville du tourisme à impact positif.

# SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS

POUR UN TOURISME À IMPACT POSITIF

Par

**Jean-François Rial**, PDG de *Voyageurs du Monde*

**Jean-François Martins**, Porte-parole de *Paris en Commun*, adjoint à la Maire de Paris en charge des sports, du tourisme et des Jeux Olympiques et Paralympiques

---

## LES PROPOSITIONS :

---

### 1. PRÉSERVER LE LOGEMENT DES PARISIENS

- Mettre fin à la prédation des logements par les hébergements touristiques
- Limiter la construction de nouveaux hôtels intra-muros pour diminuer la tension sur le marché résidentiel parisien, et renforcer l'attractivité du Grand Paris
- Encourager la création de nouveaux concepts hôteliers innovants, mélangeant dans un même bâtiment chambres d'hôtel et logements, grâce au lancement de concours d'architecture sur le modèle de "Réinventer Paris"

### 2. FAVORISER LES MOBILITÉS TOURISTIQUES PROPRES DANS LA VILLE

- Développer les modes de transport écologiques sur la Seine et les canaux
- Réduire la circulation des cars de tourisme à Paris en vue d'une interdiction complète en 2024
- Développer le cyclo-tourisme à Paris

### 3. FAIRE DE PARIS UNE DESTINATION TOURISTIQUE NEUTRE EN CARBONE ET ZÉRO-DÉCHET

- Adopter une trajectoire d'un tourisme neutre en carbone grâce à une Contribution Planète Paris intégrée à une taxe de séjour modernisée
- Faire de Paris la ville pionnière d'un tourisme zéro déchet et éco-responsable

### 4. PRÉSERVER LA DIVERSITÉ COMMERCIALE ET L'IDENTITÉ ESTHÉTIQUE QUI FONT LE CHARME DE PARIS

- Lutter contre l'uniformisation commerciale et les commerces d'enseigne en rachetant les boutiques commerciales de certains quartiers devenus ultra touristiques pour y réinstaller des commerces de proximité
- Respecter l'identité artistique et historique de Paris grâce à la nomination d'un directeur artistique de la ville

## **5. LUTTER CONTRE LE RISQUE DE SATURATION TOURISTIQUE ET GARANTIR UNE HARMONIE ENTRE TOURISTES ET HABITANTS**

- Développer la visite des quartiers alternatifs dans Paris et le Grand Paris par la création de nouveaux parcours touristiques et par l'implantation de nouveaux hébergements dans ces quartiers
- Une gouvernance nouvelle pour le tourisme parisien : l'Office métropolitain du tourisme
- Inciter à la reconquête par les Parisiens des grands sites touristiques
- Adapter notre stratégie de promotion touristique et nos indicateurs pour réussir le tourisme à impact positif



@TerraNovaThinkTank



@\_Terra\_Nova



Terra Nova- think tank