



HAL
open science

Les enjeux et les perspectives de la mise en tourisme des territoires du nord-est parisien (18e, 19e et 20e arrondissements), de Plaine Commune et d'Est Ensemble par l'art urbain et contemporain à l'ère du Grand Paris

Camille Mornon

► **To cite this version:**

Camille Mornon. Les enjeux et les perspectives de la mise en tourisme des territoires du nord-est parisien (18e, 19e et 20e arrondissements), de Plaine Commune et d'Est Ensemble par l'art urbain et contemporain à l'ère du Grand Paris. Géographie. 2020. dumas-02964337

HAL Id: dumas-02964337

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02964337v1>

Submitted on 12 Oct 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les enjeux et les perspectives de la mise en tourisme des territoires du nord-est parisien (18^{ème}, 19^{ème} et 20^{ème} arrondissements), de Plaine Commune et d'Est Ensemble par l'art urbain et contemporain à l'ère du Grand Paris

“Une magie différente était à l'œuvre ici, celle d'un quartier transformé du jour au lendemain par une main mystérieuse. Pour révéler une peinture murale comme on trouve un trésor dans une grotte” James Pigoiff, 1987



Œuvre de street art sur un des murs du centre ville d'Aubervilliers (2019)

CAMILLE MORNON

Directeur de mémoire : Monsieur Sébastien Jacquot

Années universitaires 2018-2020

SOMMAIRE

Préambule	5
Remerciements	6
Introduction	7
Partie 1: L'expansion du tourisme urbain et de l'art contemporain, une filière en devenir pour l'aménagement touristique du Grand Paris	15
<i>Chapitre 1: La filière du tourisme urbain, une thématique porteuse pour un tourisme de cible?</i>	16
A. Tentative de définition du tourisme «off the beaten tracks» : un objet d'étude à discuter appliqué au champ du tourisme urbain et contemporain	20
B. Quel imaginaire touristique autour du tourisme urbain et de l'art contemporain: discussion des concepts	25
C. Une évolution des pratiques et des demandes, vers un tourisme de loisirs, du quotidien, à la contextualisation du séjour, aux interactions sociales et aux expérience « authentiques »	39
<i>Chapitre 2: Les stratégies des acteurs institutionnels et privés pour l'aménagement touristique (en produits et en espaces) par l'art urbain et contemporain: entre mesures endogènes et exogènes</i>	44
A. Première approche de l'art urbain et de l'art contemporain, un art au service de la touristification des espaces ?	44
B. Le tourisme urbain autour de l'art urbain et contemporain, entre diversification des acteurs et déconcentration des produits touristiques du centre parisien ...	47
C. ... Mais des frontières administratives qui peuvent entraver la cohésion des acteurs (le concept de périphérie et de banlieue : des définitions territoriales à interroger, une contrainte pour le développement) ?	52

Partie 2: La création de produits touristiques et de lieux spécifiques à l'art urbain et contemporain; une image territoriale valorisée et vulgarisée sur les territoires limitrophes du nord-est de l'agglomération parisienne 57

Chapitre 3: Le nord-est parisien, quelles richesses touristiques et culturelles pour le Grand Paris? Coulisses, interstices et nouveaux territoires touristiques urbains 58

A. Les territoires et leur singularité vis-à-vis des richesses territoriales et des concepts développés 59

B. La création d'événements autour du street-art et de l'art urbain et la place des friches au sein du développement culturel et touristique des territoires du nord-est parisien 64

C. L'art et sa valorisation symbolique et sociale, quand les friches sont réappropriées, voire créées à des fins de promotion d'une identité fantasmée et singulière 66

Chapitre 4: L'intégration des produits et lieux touristiques aux stratégies d'aménagement des acteurs institutionnels: des produits et des opérations culturelles et touristiques effectives pour la mise en destination par le concept du tourisme urbain ? 70

A. Intégration des produits d'art urbain et contemporain dans les projets d'aménagement pour la qualification des espaces 70

B. L'exemple des balades urbaines d'art urbain pour le tourisme urbain; un levier d'attractivité et de promotion : entre singularité et homogénéisation des pratiques 72

C. Vers l'amélioration des usages de la ville pour renforcer le tourisme urbain, les enjeux d'image et de retombées économiques au-delà du tourisme 74

Partie 3: Le rôle des acteurs politico-institutionnels dans une démarche de réappropriation ou de redéfinition de l'image territoriale et les effets des politiques d'aménagement de l'espace et des produits d'art urbain et contemporain sur la pratique touristique des usagers: vers un nouvelle narration touristique? 77

Chapitre 5: Les systèmes d'acteurs dans la filière touristique; un intérêt commun mais des divergences dans les concepts développés 80

A. La diversité des acteurs et de leurs statuts au sein du nord-est parisien : vers une auto-culturation? 82

B. Les acteurs à l'échelle départementale : le rôle de Seine-Saint-Denis Tourisme et des acteurs exogènes 83

C. Les associations et les réseaux pour mettre en tourisme ces territoires 88

Chapitre 6: Le nord-est parisien comme "territoire d'une méthodologie" de mise en tourisme, entre cadre théorique et cas pratiques; quelle narration produite par les usagers? 89

A. La question de la faisabilité touristique, du degré d'attractivité, du type de visiteurs de ces lieux en passant par les stratégies de communication : des points de vue divergents ... 93

B. La gouvernance pour le tourisme par l'art urbain et contemporain appliquée au territoire : entre tourisme et développement local, "*Saint-Denis comme territoire d'une méthodologie*" 94

C. La difficile conceptualisation pratique d'une destination touristique autour de l'art urbain et contemporain pour les professionnels du tourisme (Guide de tourisme, Office du Tourisme, Guide de Street Art...) 100

Conclusion 103

Bibliographie et sitographie 109

Préambule

Lors de ma licence en Géographie, un de mes premiers travaux de terrain à Clichy-Montfermeil m'a sensibilisée aux dynamiques en cours de renouvellement urbain, d'aménagement et de développement socio-économique sur un territoire de la banlieue parisienne, dans le contexte du projet du Grand Paris. Ma curiosité a ainsi été aiguisée, et un stage de plus grand ampleur réalisé en Master 1 dans l'environnement de Plaine Commune, dans le contexte de sa labellisation « Villes et Pays D'Art et d'Histoire », m'a amenée à effectuer des recherches plus poussées dans ce domaine et à m'investir, pour mon mémoire de fin d'études, dans la question de l'aménagement de lieux pluridisciplinaires, intermédiaires et innovants pour la promotion de l'art, en particulier contemporain, et de leur mise en tourisme. La présente étude, couplée aux expériences que j'ai acquises dans les domaines de la mobilité partagée et de la gestion de bases de données, m'apporte aujourd'hui une bonne vision de différentes approches de valorisation touristique des territoires.

Le présent mémoire a été préparé pour partie dans le contexte sanitaire difficile de cette année 2020, et par conséquent, je n'ai pu réaliser autant d'entretiens de terrain que je l'aurais voulu, en particulier sur sites. J'espère avoir pu, par mes recherches bibliographiques et sitographiques, donner assez d'éclairages sur les différents points que j'ai souhaité aborder. Les références de l'ensemble de la bibliographie et de la sitographie sont données en fin de ce mémoire, alors que les citations reprises dans le texte sont indiquées en notes de bas de page. Le contenu des entretiens que j'ai réalisés est repris dans la partie méthodologique de ce mémoire, à laquelle le texte du présent manuscrit renvoie.

Remerciements

Je souhaite tout d'abord remercier mon directeur de mémoire, Monsieur Sébastien Jacquot, pour son encadrement et ses conseils qui m'ont guidée au cours de la rédaction de ce mémoire. J'adresse également mes vifs remerciements à l'ensemble des personnes avec qui j'ai pu m'entretenir sur le terrain, pour le temps qu'ils m'ont consacré et leurs précieux apports. Je souhaite aussi exprimer ma reconnaissance aux différents encadrants qui sont intervenus dans le cadre des stages réalisés tout au long de mon parcours de Master (Madame Charlotte Saint-Jean, Madame Emmanuelle Biton, Monsieur Nicolas Travers et Monsieur Gaël Chareyron) et m'ont permis de découvrir différentes facettes du secteur du tourisme ainsi que des outils qui me furent utiles pour la réalisation de mon travail. Enfin, je remercie mon entourage, pour les encouragements qu'ils m'ont prodigués tout au long de ce parcours.

Introduction

À la suite de la signature en 2015 du contrat de destination "Paris, la ville augmentée", les Comités départementaux du tourisme de la Petite-Couronne ont eu pour but de développer de nouvelles formes de tourisme, pour renouveler et dynamiser l'image de la destination Paris.¹ Si Paris peut s'enorgueillir d'être l'une des premières destinations touristiques mondiales, elle doit cependant déployer de nouveaux efforts pour séduire des visiteurs jeunes et européens qui constituent des clientèles prioritaires à fidéliser. Le dessous des chiffres révèle en effet un réel paradoxe entre le discours et la stratégie d'analyse et de développement. Le tourisme métropolitain parisien nécessite un changement d'échelle et de méthode. Son image patrimoniale et intemporelle doit ainsi être complétée par une offre plus contemporaine et innovante. La réflexion sur le Grand Paris porte notamment sur le transport, le logement mais également sur les enjeux culturels qui non seulement contribuent à créer un vivre ensemble mais aussi sont susceptibles de créer un nouvel attrait touristique. Un enjeu et un axe de réflexion important pour le Grand Paris est celui de la mise en réseau d'un patrimoine dispersé et éclectique, réseau dans lequel les gares seront également des lieux culturels à part entière pour favoriser la démocratisation culturelle². Il y a alors à l'œuvre un effacement de la dichotomie touriste et habitant dans la ville par la production de lieux, d'infrastructures et d'événements sous l'action d'acteurs économiques, politiques et culturels intéressés par le tourisme de loisirs. Les cultures urbaines, dont notamment le street art comme pratiques de loisirs à des fins de touristification ("des festivals aux visites guidées"), sont un outil d'institutionnalisation et de normalisation de ces arts et cultures. Les logiques de ces pratiques nous interrogent de plus sur la géographie produite par celles-ci sur la métropole et sa proche banlieue. Elles nécessitent d'étudier l'évolution de la notion de cultures urbaines et d'art contemporain, les pratiques sous-jacentes et leur évolution entre tourisme plus insolite ou tourisme ordinaire ainsi que les destinataires, de l'excursionniste au "backpacker". La crise actuelle du Covid-19 s'inscrit également comme un facteur constitutif pour réinventer les notions de vacances et de voyages. Ainsi, Dominique Kreziak, maîtresse de conférence en sciences de gestion à l'Université Savoie Mont Blanc, souligne que la microaventure, proche de chez soi, s'inscrit dans la notion de voyage³. On coupe ainsi avec son quotidien, on découvre

¹ Lefebvre Nicolas, Sallet-Lavorel Hélène. Dans *Revue Espaces tourisme et loisirs* 2016, n°331, 6 pages; *La mise en tourisme du Grand Paris* ([document téléchargeable](#))

² *Le Grand Pari(s). L'île de France de demain s'invente aujourd'hui* ([document téléchargeable](#))

³ <https://start.lesechos.fr/au-quotidien/voyage-expatriation/la-microaventure-le-voyage-en-bas-de-chez-soi-1175005>

quelque chose de nouveau à l'extérieur en s'appuyant sur la créativité (balades urbaines) dans un contexte de crise sanitaire.

Les cultures urbaines, dont le street art, font donc l'objet d'une mise en tourisme de la métropole parisienne et de sa proche banlieue. Les produits touristiques se développent autour de la touristification des quartiers périphériques et en rénovation urbaine, ils s'inscrivent dans des rapports de pouvoir entrecroisés. Ainsi, avec l'Office de tourisme et des congrès de Paris et le soutien d'acteurs privés, les territoires œuvrent par l'intermédiaire des collectivités au développement de nouvelles formes de tourisme urbain et de nouvelles expériences urbaines. La narration touristique rend alors compte d'une triple influence du tourisme et des loisirs dans la fabrique des territoires autour de la thématisation, l'objectivation de cette thématique autour de ce tourisme urbain par les discours des acteurs de la fabrique de la ville et enfin par l'objectivation de cette thématique dans la matérialité des aménagements urbains et des projets⁴.

Malgré la reconnaissance sociale du pluralisme culturel, l'importance accrue des industries culturelles dans le cadre de la globalisation et la territorialisation croissante du fait du processus de métropolisation conduisent à limiter la place de l'État dans l'accompagnement de ces politiques culturelles. Il apparaît plus comme le gestionnaire limité de ces politiques que comme acteur à part entière⁵. On observe en effet que l'action politique en matière de culture est passée de politiques de subventions d'ordre institutionnel à des politiques de régulation qui s'appuient dès lors sur les leviers que sont la fiscalité, le droit du travail et les incitations à l'implantation économique. L'action à l'échelle des collectivités territoriales, en partenariat avec des acteurs privés et des industries culturelles, a donc pour ambition de développer ces territoires comme destinations touristiques à part entière, l'art contemporain et l'art urbain étant deux des fils conducteurs de cette politique de mise en tourisme. Cette volonté est ainsi inscrite dans le projet de territoire de Plaine Commune, Établissements Publics Intercommunaux (EPCI) du nord-est parisien où la culture urbaine fait sens. Est Ensemble a aussi pour projet de développer un schéma touristique pour les collectivités de son EPCI⁶. De plus, cette logique de touristification nécessite de s'appuyer sur Paris pour pouvoir attirer des touristes. La métropole a donc de ce

⁴ Fabry Nathalie, Picon-Lefebvre Virginie, Pradel Benjamin (dir/ed). *Narration touristique et fabrique des territoires. Quand tourisme, loisirs et consommation réécrivent la ville*. Coll. Critiques et Cités. Ed. L'œil d'Or, 2015, 230 pages.

⁵ Poirrier Philippe (dir/ed). *Politique et pratiques de la culture*, Ed La documentation française 2017, 328 pages.

⁶ <https://www.est-ensemble.fr/est-ensemble-se-dote-schema-de-politique-culturelle>

côté également la nécessité d'intégrer ses quartiers périphériques (les 18, 19 et 20^{èmes} arrondissements) à la touristicité de Paris pour des soucis de redistribution des flux et des richesses, et pour développer leur attractivité et leur image. Les narrations touristiques des acteurs semblent s'observer dans le rapprochement des discours et des projets des acteurs traditionnels de l'aménagement avec ceux du tourisme et des loisirs.

De plus, les enjeux de valorisation patrimoniale des territoires périphériques semblent également s'inscrire dans la dynamique de mise en tourisme, les acteurs sont mobilisés en tant que parties prenantes pour valoriser et favoriser la mutation des économies urbaines.

Pour Plaine Commune comme pour les territoires périphériques de la capitale, les enjeux patrimoniaux et culturels (patrimoine industriel, social, immatériel, agricole, etc.) sont de plus concomitants avec les enjeux métropolitains⁷. Ainsi Plaine Commune et Est Ensemble poursuivent des dynamiques de valorisation et de promotion de leurs richesses culturelles et patrimoniales au sein du Grand Paris^{8 9}. La question sous-jacente est de mieux appréhender les relations entre les logiques patrimoniales et les logiques de promotion de ces territoires par l'art dans le processus de métropolisation. Ces logiques sont-elles imbriquées et intégrées ou relèvent-elles de logiques distinctes et non poreuses ? De manière générale, les initiatives recensées s'inscrivent faiblement dans le *Central Tourist District* parisien et aux marges du Comité Départemental du Tourisme (CDT). Les logiques touristiques se déploient alors au-delà de périmètres qui sont traditionnellement identifiés par les acteurs touristiques. Ce tourisme "hors des sentiers battus" s'inscrit également, au niveau spatial, dans une dynamique de métropolisation en essayant d'aller au-delà des limites administratives et de recoudre les tissus urbains¹⁰.

Par ailleurs, la position emblématique de ces territoires à l'échelle du Grand Paris et les opportunités offertes par le développement de nouvelles mobilités à l'échelle métropolitaine, en particulier via le projet du Grand Paris Express, et du numérique, font de ceux-ci des pôles en plein devenir et particulièrement prometteurs pour le développement de nouvelles formes de tourisme. Le but n'est pas de développer un tourisme alternatif mais bien d'initier une nouvelle

⁷ Jacquot Sébastien. Dans Echo Géo [Online], 2015, 33.

⁸ *Schéma de Développement Touristique de Plaine Commune- 2018-2022* ([document téléchargeable](#))

⁹ <https://www.tourisme93.com/art-contemporain-paris-nord-est.html>

¹⁰ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/ed). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

approche du tourisme, celui-ci étant plus ordinaire qu'insolite. La question est aussi de savoir si celui est plus participatif (exploration urbaine, expérience urbaine, stratégie de différenciation et de distinction). Le tourisme proposé serait ainsi un tourisme à dimension participative, impliquant économie sociale, solidaire, et intégré à la vie des habitants¹¹. Ces territoires proposent alors une offre innovante et complémentaire à ce qui est développé au centre de Paris, le but étant de mettre en valeur des richesses patrimoniales et culturelle à des fins d'attractivité touristique¹². Ainsi, la tendance actuelle d'un changement de l'«habiter»¹³ et des pratiques touristiques s'inscrivent dans les politiques de mise en tourisme. La valorisation du patrimoine local, singulier et moins monumental, par l'art urbain et l'implantation de sites et d'événements d'art contemporain sont des actions qui s'inscrivent de plus en plus dans ces politiques de touristification d'espace neutre ou ayant une image négative. Les espaces-temps de la «banalité» urbaine favorisent la déambulation et l'expérience de la ville¹⁴. En effet, les territoires *intra-muros* de l'Est parisien et de la proche banlieue, notamment les territoires de la Seine-Saint-Denis, souffrent encore globalement d'un déficit d'image et de notoriété. De nombreuses externalités positives permettent cependant cette dynamique de mise en tourisme dans ces territoires: un passé industriel en cours de patrimonialisation pouvant être utilisé pour le renouvellement urbain, de grandes surfaces peu chères pour le développement de l'activité touristique axée sur la culture (exemple des galeries d'art et des lieux associatifs incubateurs d'artistes (6B et la Villa Médicis)), la proximité avec Paris et leur inclusion dans le Grand Paris Express, desservant les grands pôles d'activité de l'Île de France.

Plusieurs jeux d'échelle métropolitains esquissent différents scénarios, dont celui d'un périmètre parisien plus élargi incluant quelques quartiers plus périphériques qui pourraient profiter de la fréquentation touristique des publics friands des prestations hors des sentiers battus¹⁵. L'étude porte sur plusieurs territoires qui se sont alliés, l'un des buts développés entre les acteurs en présence est la promotion touristique territoriale par des stratégies d'aménagement couplées entre art culturel et développement du Grand Paris Express. La

¹¹ Cousin Saskia, Djament-Tran Géraldine, Gravari-Barbas Maria, Jacquot Sébastien. Dans *Métropoles* [Online] 2015, 17.

¹² <https://www.parisinfo.com/decouvrir-paris/guides-thematiques/art-contemporain-paris/l-art-aux-4-coins-du-grand-paris/l-art-aux-quatre-coins-du-grand-paris>

¹³ Lazzarotti Olivier. *Habiter le monde*. Coll. La documentation photographique, Ed. La Documentation Française, 2014, Dossier n° 8100, 64 pages.

¹⁴ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/ed). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

¹⁵ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith. *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

première alliance (Seine-Saint-Denis tourisme) regroupe l'est de Paris intra et extra-muros (18ème, 19ème et 20ème arrondissements et Seine-Saint-Denis (notamment l'établissement public de coopération intercommunale Plaine Commune)) pour la promotion touristique de ces territoires. Un autre territoire, Est-Ensemble, reconnu administrativement comme établissement public territorial, regroupe en 2010 neuf communes (Bagnole, Bobigny, Le Pré Saint-Gervais, Les Lilas, Montreuil, Noisy-le-Sec, Pantin, Romainville) et a dans ses volets une politique de développement et d'aménagement économique, social et culturel. Des stratégies pour le développement touristique existent et sont repris dans des livrets. Dans le dernier schéma touristique de Plaine Commune (2018-2022), l'action 19 (Axe 5) renvoie au développement et à la valorisation du street-art¹⁶.

Les acteurs publics (dans une moindre mesure l'État, régionaux, locaux, associations) et privés ont pour but de « faire métropole » à l'ère du Grand Paris, l'un de leur volet d'action est de développer l'offre touristique sur l'ensemble du territoire. Des acteurs comme la Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC) étudient les stratégies d'aménagement couplées pour la création et la valorisation de lieux culturels au sein du Grand Paris Express. Ces stratégies d'aménagement s'inscrivent dans cette volonté de définir un nouveau paradigme touristique, d'un tourisme du quotidien et de proximité.

La compréhension des stratégies d'aménagement dans ce contexte nécessite de prendre en considération les ressources et les contraintes des différents acteurs dont les intérêts ne sont pas toujours forcément convergents. L'analyse de l'imbrication, de la concertation, voire des conflits sous-jacents entre les différents acteurs publics, privés et de l'État (les décideurs, les aménageurs, les professionnels du tourisme, les promoteurs...) est donc essentielle pour une compréhension fine des mécanismes en œuvre et des possibles freins pour l'aménagement et la mise en tourisme de ces territoires. Enfin, une analyse plus fine des prescripteurs et de leurs comportements est nécessaire pour mieux appréhender le degré d'attractivité réel de ces lieux d'art urbain et contemporain (touristes internationaux, nationaux, locaux/ habitants) suite aux stratégies mises en place par les acteurs.

Trois mécanismes sont donc développés sur ces territoires : (i) la volonté de renforcer l'attractivité de la ville aux échelles *intra-muros* et de la grande banlieue, (ii) la restauration du patrimoine culturel et son accès au plus grand nombre par la médiation et une plus grande

¹⁶ *Schéma de Développement Touristique de Plaine Commune- 2018-2022* ([document téléchargeable](#))

démocratisation culturelle, avec une prise en compte des cultures sans gradients pour qualifier l'art noble de l'art de rue, (iii) enfin le renouvellement des espaces populaires anciennement industrialisés pour favoriser la cohésion sociale au sein de ces territoires. Ces trois processus devraient favoriser le développement économique et territorial par l'aménagement et la reconversion des lieux à des fins touristiques. La question de la faisabilité touristique, possiblement étudiée selon les variables de fréquentation, du type de visiteurs et du degré d'attractivité à plusieurs échelles est primordiale pour dégager le constat de ces stratégies et de leur efficacité face aux discours politiques en la matière.

L'étude des dynamiques de constitution du Grand Paris est donc essentielle pour comprendre les enjeux pour la métropole. Bien que l'évolution institutionnelle de la Métropole du Grand Paris ait permis d'étudier les leviers pour le dynamisme touristique, le tourisme comme enjeu fondamental est cependant resté à l'écart des interrogations politiques qui se sont centrées sur le transport (Grand Paris Express) et sur des questions institutionnelles (Métropole du Grand Paris)¹⁷. Le thème « de la mise en tourisme du Grand Paris » nécessite donc de s'interroger sur les évolutions du tourisme au sein et en périphérie de la capitale en lien avec la construction métropolitaine pour limiter la densification et favoriser la requalification des espaces. Artelia, le groupe international multidisciplinaire de conseil, d'ingénierie et de management de projets dans neuf domaines (bâtiments, infrastructures, eau, industrie, environnement, énergie, transport et ville) a effectué une recherche en 2016 pour identifier ainsi l'impact possible de l'activité touristique et de l'accessibilité du territoire pour la création d'offres innovantes. Il apparaît cependant qu'au niveau de la gestion politique de la mise en tourisme des territoires du Grand Paris, les non-collaborations entre établissements publics de coopération intercommunale soulignent les manquements du fait de l'absence d'une stratégie concertée bien que intégrée entre acteurs locaux sur ce domaine¹⁸.

Du fait du sur tourisme de certains lieux touristiques centraux de la ville de Paris, la volonté est de déplacer et de développer des lieux créatifs et innovants au sein du territoire du Grand Paris dans le cadre d'un nouveau paradigme touristique, dans lequel les notions d'inclusion, de participation, de quotidienneté et d'émerveillement de proximité sont au cœur des stratégies d'aménagement des lieux culturels. Ce tourisme se définit comme un tourisme hors des sentiers

¹⁷ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith. *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

¹⁸ *Services urbains intégrés* ([document téléchargeable](#)).

traditionnels, il est important de comprendre les motivations des acteurs qui situent leur proposition de visite dans le registre du hors des sentiers battus.

La définition de mon périmètre d'étude a été inspirée de l'expérience acquise lors d'un de mes travaux de terrain, réalisé durant ma licence en Géographie à l'université de l'Université-Paris-Est-Marne la Vallée en 2016 et portant sur la tour Médicis à Clichy-Montfermeil dans le projet du Grand Paris. J'ai ainsi été sensibilisée aux dynamiques en cours sur un territoire de la banlieue parisienne pour son renouvellement urbain, son aménagement et son développement économique, sous la gouverne de l'Agence Nationale de Rénovation Urbaine. Ce territoire, meurtri par les émeutes de 2005, était symboliquement stratégique pour développer une action de renouvellement urbain (plus que de requalification cependant, la question de l'éviction des populations les plus paupérisées est à questionner). La culture est alors apparue comme un des piliers symboliques pour pouvoir assurer la cohésion territoriale et développer l'attractivité de ce territoire de banlieue. Mon stage de Master 1 réalisé au pôle Développement Local pour la mission Tourisme et Patrimoine de Plaine Commune sous la direction de l'animatrice de l'architecture et du patrimoine m'a permis de pratiquer le territoire, comprendre son organisation et les décisions prises pour son développement local et son attractivité culturelle et touristique. Ce travail m'a permis d'aiguiser ma curiosité pour effectuer des recherches plus poussées sur l'aménagement de lieux pluridisciplinaires, intermédiaires et innovants pour la promotion de l'art, notamment contemporain, et sa démocratisation à une échelle locale. De plus, l'aménagement culturel s'inscrit dans des stratégies politiques de requalification urbaine pour assurer l'attractivité et la cohésion sociale au sein de territoires défavorisés à l'échelle du Grand Paris. Il m'est donc alors apparu pertinent de mener une réflexion sur les stratégies développées par les différents acteurs pour la promotion de ces territoires périphériques au centre parisien afin de les requalifier par l'art contemporain et urbain, mais aussi d'interroger leur potentialité pour leur mise en tourisme par ce biais.

Au niveau territorial, il s'agira de voir, et c'est aussi pour cela que j'ai décidé d'étudier des ¹⁹territoires de la ville de Paris, si le périphérique constitue ou constituera un frein symbolique pour les touristes nationaux voir internationaux pour se rendre dans les lieux culturels d'art contemporain et urbain de la Petite Couronne, même dans le cadre du Grand Paris Express. En effet, la "destination Paris" correspond à l'affirmation d'un nouveau territoire métropolitain. Il

¹⁹ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

convient alors d'analyser comment les populations touristiques, citoyens éphémères de la métropole, peuvent participer à la redéfinition et à la créativité voir la diversité à sa construction au-delà d'un paramètre rigide.

L'articulation tourisme-métropolisation n'est pas exclusive à Paris, cependant celle-ci constitue certainement un cas paradigmatique ; ainsi en étudiant l'angle plus spécifique du tourisme d'art urbain et contemporain, il est question de savoir si cet objet d'étude touristique participe au processus de métropolisation. La réflexion sur le lien entre touristification et métropolisation sera traduite dans l'ensemble de ce mémoire. Paris et la banlieue du nord-est parisien, par l'imaginaire du tourisme urbain autour du tourisme de banlieue (très limité spatialement ou dans les pratiques), par l'enchevêtrement de ses compétences touristiques et des acteurs pour les politiques d'attractivité et de compétitivité constitue une véritable "métropole laboratoire"²⁰ pour étudier le lien entre stratégie d'aménagement touristique autour de l'art urbain et contemporain. Il est alors question de l'effectivité de l'attractivité des potentialités touristiques du nord-est parisien face à l'aménagement de la métropole. *Quels sont donc alors les stratégies développées et les enjeux de la mise en tourisme par l'art urbain et contemporain des territoires du nord-est parisien ; contribuent-ils à changer de paradigme en matière de tourisme métropolitain ?*

²⁰ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/ed). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

Partie 1: L'expansion du tourisme urbain et de l'art contemporain, une filière en devenir pour l'aménagement touristique du Grand Paris

Sur la métropole parisienne, comme dans les autres métropoles mondiales, il n'y a pas de projet urbain sans dimensions ludique et touristique qu'elles soient planifiées *a priori* par les aménageurs ou décrétées *a posteriori* par les pratiques touristiques. L'expansion du tourisme urbain et de l'art contemporain nécessite de réfléchir sur les imaginaires, les productions et les pratiques touristiques qui investissent ou détournent des lieux et des espaces "hors des sentiers battus", construisant ainsi de nouveaux territoires touristiques dans les espaces périphériques et les interstices de l'agglomération parisienne.

Tout d'abord, la réflexion sur le tourisme nécessite de s'interroger sur le concept même du tourisme qui, malgré les recommandations de définition de l'Organisation mondiale du tourisme, reste toujours marqué par un flou ne faisant qu'accentuer les imprécisions de la discipline. Pour définir le concept de tourisme urbain et de tourisme contemporain, nous pouvons nous appuyer sur l'approche géographique et économique pour traiter essentiellement les lieux et l'importance croissante du tourisme dans l'activité des périphéries de l'hyper centre parisien.

Ici, le tourisme urbain et contemporain est défini nominalement par ceux qui détiennent le pouvoir, il s'agit des experts, des commerciaux des balades urbaines autour du street-art notamment et des autorités qui énoncent la réalité de cette forme de tourisme en tentant de compter, d'harmoniser, de codifier son activité et sa touristification. Le tourisme de loisirs, le tourisme d'affaires et l'événementiel sont les formes qui sont attribuées à ce type de tourisme urbain. Il doit y jouer un rôle pour l'aménagement touristique de la métropole en permettant d'affaiblir les frontières physiques périphériques. Ainsi, lors de mon entretien avec la chargée culture de Plaine Commune en octobre 2019, celle-ci m'a fait part du but de l'aménagement du territoire et notamment des berges par l'art urbain pour faire sens au niveau métropolitain "*Un second niveau, ce qui se travaille avec le Street art, c'est comment est-ce qu'on valorise, embellit, là on est sur une logique de tourisme local, sur l'image du territoire (c'est la question.. du médiatique et d'usage : sur l'impact social, le changement de regard sur la banlieue, le co-partage d'un espace public entre parisiens et habitants du 93). Le réaménagement des berges est alors une belle opportunité pour créer du lien entre Paris et sa banlieue.*"

Chapitre 1: La filière du tourisme urbain, une thématique porteuse pour un tourisme de cible?

Le tourisme urbain autour de l'art dans la ville et l'art contemporain semble être un des axes privilégiés pour la touristification des espaces périphériques du nord-est parisien. Ce tourisme s'appuie sur un espace composite, hétérogène où s'agglomère pléthore d'activités, de formes et d'individus ; l'offre touristique dépasse et ne se résume pas alors au "monumental" mais aussi au tourisme plus banal, qu'il est parfois difficile de décrire. Nous devons ici définir les concepts d'art urbain et contemporain afin de pouvoir proposer une analyse plus poussée de ceux-ci.

L'art urbain peut se définir comme un mouvement artistique compris dans la branche de l'art contemporain. Cependant, cette définition est discutable. Il se retrouve sous le terme de « street art », qui regroupe l'ensemble des formes d'art réalisées dans la rue ou dans des endroits publics et englobe de nombreuses techniques artistiques allant du graffiti à l'installation. La mise en valeur du street art est à rapprocher de l'institutionnalisation de la pratique du graffiti, inscrite elle dans la contre-culture²¹ et l'intégration de la production des graffeurs au marché de l'art contemporain témoigne de la marchandisation de cette pratique²². Le street art dessine la géographie particulière de la métropole parisienne, en la rendant cosmopolite et globalisée²³, cet art n'est pas un mouvement récent puisque l'art du graffiti naît dans le milieu des années 80 sur le territoire de Plaine Commune par exemple²⁴. Lors de mon entretien avec le Chargé de projets culturels et artistiques, cofondateur de collectifs artistiques le Mur 93 et guide conférencier dans le 93 et 75, celui-ci m'avait en effet indiqué que le nord parisien et sa périphérie furent le berceau de la culture HipHop et du graffiti : « ... jusqu'à la rotonde de Stalingrad qui est le lieu d'atterrissage en gros du Hip Hop en France, après il y a eu plein de canaux de diffusion mais Stalingrad fut le terrain d'accueil avec Porte de la Chapelle. C'est là où quelques milliers de jeunes ont constitué le noyau dur pour faire exploser le Hip Hop en France notamment, en se rassemblant, en se formant, en se rencontrant... ».

²¹ Blanchard Sophie, Talamoni Romain. Dans *EchoGéo* [Online], 2018, 44.

²² Genard Jean-Louis. Dans *SociologieS*, [online] 2014.

²³ Chapuis Amandine, Jacquot Sébastien. Dans *Hommes et Migrations*, 2014, 1308, pages 75-84.

²⁴ <https://uk.tourisme93.com/street-art-and-graffiti-in-and-around-paris.html>

Christian Gérini, propose de garder l'expression de « street art » pour « toute expression dans la rue en dehors de la commande publique », en intégrant dans ce champ les galeries à ciel ouvert, qu'elles soient voulues ou tolérées comme les friches industrielles. Ce point de vue est aussi partagé par le pochoiriste Nicolas Obadia. Le point du « en dehors de la commande publique » est à relativiser. En effet, dans le cas de l'art urbain, la professionnalisation des graffeurs formés pour certains dans des institutions artistiques et l'institutionnalisation par des commandes publiques et privées questionnent sur l'évolution de la finalité des œuvres et sur la définition de ce qu'est l'art urbain et sur son impact spatial. Ainsi, la personne occupant le poste de la Stratégie Tourisme 2022 à la Ville de Paris Docteur en Géographie, spécialité Culture et Tourisme m'avait fait part de ses réserves sur l'institutionnalisation de cet art et de l'homogénéisation de tel pratiques sur un territoire déjà stigmatisé : « On peut toujours financer l'art contemporain. La question est de comment on l'institutionnalise. On a beaucoup abordé déjà la question de street-art dans différents travaux. Cela n'a pas d'intérêt et ce n'est pas du tout de la culture locale. Il faut aussi se concentrer sur ce qui n'est pas éphémère, ce qui ne bouge pas : le patrimoine, les artisans, ... dans le tourisme, ce qui m'énerve c'est qu'on se concentre beaucoup sur la culture, et on oublie tout le reste (exemple artisans made in Paris). C'est du développement *a minima*, on a des particularités au niveau des territoires qu'on n'exploite pas du tout, d'autant que les street-arteurs sont importés, rarement locaux. Le problème du 93 c'est qu'il s'auto-identifie et s'emprisonne dans cette image, c'est réducteur, négatif et je ne pense pas que ce soit cela uniquement la culture du 93. On a un mélange de cultures formidables et je ne vois pas pourquoi ce seraient le street-art et le hip-hop qui fédéreraient toute la population. C'est un vrai parti pris de gauche. » Cela m'interroge sur l'écart que cela creuse avec le reste de la population. L'art urbain et l'art contemporain connaissent en réalité un bouleversement interne depuis la fin du 20^{ème} siècle, par la professionnalisation et la structuration de ces filières socio-économiques. Le street art extériorise la peinture des ateliers, des galeries ou des musées, et la développe dans l'espace urbain, face aux citoyens ; on peut ainsi le considérer comme un art dans la ville. Le street art doit donc intégrer ici essentiellement une logique d'espace, et non de techniques ou de références formelles²⁵. Nathalie Heinich fait quant à elle l'hypothèse que l'art contemporain ne serait pas un genre singulier dans le champ artistique²⁶. L'art contemporain constitue alors un paradigme à part entière coexistant avec les autres paradigmes artistiques. À Paris, la Foire Internationale d'Art

²⁵ Moulin Didier. Dans *Revue Espaces*, 2018, n° 340, pages 49-55.

²⁶ Heinich Nathalie. *Le paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*. Ed. Gallimard, Paris, 2014, 384 pages.

Contemporain (FIAC) souligne que ce mouvement possède ses propres codes, y compris pour son exposition et sa commercialisation. Celui-ci se définit et se distingue des autres arts par sa portée transgressive, contextuelle, voire son caractère distancier d'un point de vue physique, juridique ou encore moral. L'œuvre d'art contemporain se symbolise alors comme une « rupture ontologique des frontières, de ce qui est communément considéré comme l'art ». Le paradigme contemporain a donc eu un impact direct sur la conception de l'œuvre par l'artiste et les récepteurs, sa perception, son exposition, sa distribution, sa localisation et sa commercialisation. L'art contemporain comme modèle dominant impliquerait alors pleinement une restructuration profonde des questions d'ordre logistique, économique, institutionnel et organisationnel. L'œuvre n'est plus dans l'objet lui-même mais dans ce qu'il représente au-delà de ses frontières propres. L'art contemporain se distingue alors des autres œuvres par ses nouvelles caractéristiques ontologiques, de plus, il existe aussi de nouveaux modes et de légitimation, enfin il est nécessaire de prendre en compte les transformations liées aux activités de circulation et de gestion des œuvres (exposition, conservation, restauration).

Pour les acteurs publics la question de distinguer l'art contemporain et urbain n'a pas forcément une grande incidence sur la mise en pratique de stratégie d'aménagement d'autant plus que la définition institutionnelle et ils n'ont pas la même vision de terminologie sur le but du développement de l'art l'art urbain et contemporain sur le territoire. Ainsi, le chargé de projets culturels territoriaux à la direction de la Culture de l'Ile Saint-Denis m'avait part de son point de vue: “ vous ne devez pas vous focaliser sur ce qui peut les opposer, ce qui les définit, ce n'est pas le propre de votre sujet d'étude. L'art contemporain est inclus dans l'art urbain, c'est un art actuel (art de rue, street art), les arts urbains sont des arts foisonnants. Sur un territoire comme Plaine commune, avec des problèmes socio- économiques, il peut être un outil, un levier pour favoriser la connaissance et le dialogue. De notre côté, nous les acteurs institutionnels, on n'a pas le temps de faire la distinction entre ce qu'est l'art urbain et ce qu'est l'art contemporain. De plus, on n'a pas la même logique de définition dans le fond que les termes utilisés par l'OTI pour définir ce qu'est art urbain et ce qu'est art contemporain. Pour exemple, la Street Art Avenue : l'OTI a défini le parcours comme “galerie à ciel ouvert”. Cela n'a pas de sens pour moi d'utiliser cette terminologie de “galerie” car ces formes/ supports pour découvrir l'art ne marche pas. La culture est pour tous et par tous. Il n'y a pas le temps de parler sur le fond de ce que chacun entend par art urbain ou de rue entre acteur de la culture et acteur mais il y a l'intérêt commun de valoriser le territoire, mais sur le fond le débat pourrait être présent.”

L'art contemporain et l'art dans la ville participent donc aux mutations des interactions entre acteurs au sein d'un territoire, d'une part, par l'hybridation inédite entre développement culturel et artistique et, d'autre part, par son développement économique et organisationnel à des fins d'attractivité. La convergence des activités de tourisme en ville et de loisirs semble se renforcer, cette "infusion" d'après les termes de Michel Lussault²⁷ n'est pas nouvelle. Les villes s'engagent dans une course à la différenciation qui, paradoxalement, souligne une homogénéisation des pratiques urbaines, même si les produits artistiques sont uniques et différenciés selon les territoires. Le cas des friches culturelles en est le symbole. Par exemple sur le territoire de Plaine Commune, la Halle de Pantin a été développée suite à un appel à projet et a ouvert en 2016. Cette ancienne usine accueille un collectif, le collectif Soukmaschine, qui est constitué de musiciens, de troupes de théâtres et d'artistes contemporains. En effet, avec la précision de la fonction de l'art contemporain en tant qu'outil de recherche et d'aménagement de la société, les questions du territoire, de son appropriation pour les artistes et de sa visibilité prend de plus en plus d'ampleur. Cet exemple souligne les relations entre les acteurs organisationnels et privés pour la promotion d'un espace public urbain incluant culture et art contemporain pour un public de cible, englobant à la fois des aspects culturels et touristiques qui renvoient à la notion de tourisme "hors des sentiers battus". Ainsi, la personne au poste pour la Stratégie Tourisme 2022 à la Ville de Paris Docteur en Géographie, spécialité Culture et Tourisme m'avait dit comment la ville participait au soutien des industries créatives et notamment des friches "La ville soutient beaucoup d'industries créatives : salles de concert (soutien financier et réseau). En ce qui concerne les friches (entre deux, ...), ce sont des initiatives de la ville en partenariat avec la SNCF. La ville de Paris a beaucoup de friches, soit des friches qui vont se reconstruire, soit des bâtiments qui vont être supprimés. La mairie de Paris a insisté pour que des acteurs de l'action sociale et solidaire puissent investir ces lieux, avec contractualisation, financement, ... On travaille à promouvoir ces lieux, via par exemple brochure « que faire à Paris? ». L'office du tourisme de Paris promeut ces initiatives quand ils veulent (quand ambition internationale, grands hôtels...)." La Chargée Culture de Plaine Commune me disait quant à elle avoir "*réalisé beaucoup d'accompagnement de projets d'aménagement (en fin ou milieu)*" et lance annuellement des sélections entre plusieurs artistes déjà choisis sur la street-art avenue (plus rapide que des appels à projets aujourd'hui car la Street Art Avenue a gagné en notoriété). Cependant, comme me l'expliquait le Chargé de

²⁷ Fabry Nathalie, Picon-Lefebvre Virginie, Pradel Benjamin (dir/éd). *Narration touristique et fabrique des territoires. Quand tourisme, loisirs et consommation réécrivent la ville*. Coll. Critiques et Cités. Ed L'œil d'Or, 2015, 230 pages.

projets culturels et artistiques, co-fondateur du Mur 93 et guide-conférencier, des œuvres de street-art ne font pas l'humanité face aux artistes classiques (exemple de Daniel Buren qui a fait retirer les œuvres en street art en face de ses colonnes en envoyant une lettre à la Direction de la Culture). Celui-ci me disait alors que face à cette non-reconnaissance par certaines branches artistiques, l'art urbain se structure pour avoir un poids politique plus important en créant la Fédération de l'Art Urbain avec comme président Jean Fauscher et incluant l'association Mur 93 dans ses membres.

Quelles sont donc alors les définitions de ce tourisme suite à ces actions culturelles et artistiques et à sa place de plus en plus central dans les politiques publiques notamment ?

A. Tentative de définition du tourisme « off the beaten tracks » : un objet d'étude à discuter appliqué au champ du tourisme urbain et contemporain

Le tourisme urbain a, depuis les années 1980, toujours été développé comme un concept à la mode dans de nombreux domaines. Paradoxalement, la recherche sur ce sujet n'a pas été poussée autant qu'on pourrait s'y attendre alors que cette pratique touristique n'a cessé de croître pour prendre à ce jour des proportions considérables. Le tourisme urbain s'impose aussi à ce jour comme un enjeu économique important qui joue un rôle croissant dans les politiques de développement local et la structure économique des espaces d'une part et dans sa gestion d'autre part, à tous les stades du projet comme le souligne la Chargée Culture de Plaine Commune : *“de la (fin parcours) avec l'aménagement d'un espace public faisant intervenir une équipe artistique, pour refaire communauté et du lien entre habitants actuels et futurs, aux (mi-parcours) endroits encore ouverts, accompagnement de friches, aux résidences où les travaux d'artistes sont associés en amont à une équipe de mise en œuvre, avec un enjeu difficile: comment transformer ce qui a été dit dans le dessin final.”*

Le tourisme urbain est un tourisme qui peut être analysé et interprété par l'approche économique-spatiale puisque les touristes sont attirés par la concentration spatiale des activités et attractions sur le territoire urbain. Comme me le disait la Responsable de l'Arc de l'Innovation Paris and Co, une volonté commune d'Est Ensemble, de Paris, de Plaine Commune et de Grand-Orly Seine Bièvre est de travailler ensemble pour orienter et amplifier le développement de ces territoires avec également l'appui de la Banque des Territoires. Il se focalise sur ce territoire car selon elle “il est porteur de beaucoup de projets en ce qui concerne les industries créatives,

l'économie et l'entrepreneuriat social et solidaire et de projet novateur et plus durable". Ainsi, la métropole parisienne et son patrimoine matériel, y compris industriel, tendent à étendre l'espace touristique, en s'appuyant sur la notion de tourisme "hors des sentiers battus"²⁸. Paris se rénove et se réinvente en proposant des deux côtés du périphériques des offres de balades et d'activités pour un tourisme plus inclusif et de proximité, la Street Art Avenue devient par exemple un fer de lance de la politique touristique de Plaine Commune. En effet, pour bien des passants qui vaquent à leurs occupations quotidiennes, graffiti et street art font "partie du décor" urbain, à l'image des panneaux publicitaires ou encore des enseignes des boutiques, mais ceux-ci tendent, de plus en plus par leur gigantisme, captent notre attention. Ces marginalia urbaines alimentent désormais le marché de l'art. Cette culture se légifère, s'institutionnalise, le "crime" devient légal voire pédagogique comme me l'a souligné le Jardinier des cultures urbaines. Le street art se technifie, les symboles et les styles sont utilisés pour faire passer des messages, disséminer au-delà des rues une culture qualifiée à tort de "sous-culture", en interpellant les passants, les habitants et les touristes. Il modifie par l'esthétisme et/ ou les messages qu'ils véhiculent les espaces et les lieux. L'institutionnalisation entraîne alors chez certains acteurs une réticence et des interrogations subsistent. La perte des valeurs première de cet art est craint par les artistes rencontrés, qu'elle soit d'ordre morale ou juridique et son institutionnalisation ainsi que son rattachement à l'art contemporain favorisent des pratiques et œuvres insensées (sans sens) voir aseptisées et intéressées comme me l'a clairement dit le Chargé de projets culturels et artistiques, cofondateur de collectifs artistiques le Mur 93. Pour lui, et le débat est tranché, est street-artiste celui qui exerce « *une activité vandale, en prenant de son temps, de son argent pour revendiquer un message qui ne répond pas à une commande publique* ». Pour lui, le street-art dans son essence ne peut se rattacher à l'art contemporain puisqu'il est rebelle et vindicatif en soi. Les artistes contemporains désignent alors tous les artistes qui répondent seulement à la commande publique ou privée.

Le tourisme urbain culturel et de loisirs sur les arrondissements de l'est parisien et de la Petite-Couronne s'inscrit comme une proposition innovante et singulière dès lors qu'une réelle volonté politique concertée existe. Par le contrat de destination touristique du Grand Paris, les pouvoirs publics ont ainsi pour objectif de valoriser de nouvelles offres en élargissant les pratiques touristiques à une aire géographique périphérique après une première expérimentation en zone

²⁸ *La mise en tourisme des territoires du Grand Paris : enjeux et perspectives. Atelier International du Grand Paris, Mai 2016 (document téléchargeable); <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1305>*

urbaine dense et en concentrant ses actions de promotion aux jeunes (20-35 ans) et aux backpackers européens sur des durées de séjour court. A l'échelle intercommunale, le regroupement de communes d'un territoire et de la gestion de la compétence tourisme par les acteurs publics via les Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) va dans ce sens. Le tourisme comme produit culturel aux dimensions matérielles et symboliques peut régénérer ces territoires et promouvoir leur culture urbaine et leur identité propre²⁹.

De ce fait, le tourisme historique sur les lieux centraux de la capitale et le développement d'un tourisme dont le fil conducteur est la promotion de la culture par l'art urbain et contemporain se complètent mais ne peuvent en aucun cas se concurrencer. À moins que l'espace périphérique ne puisse disposer d'une offre très riche et incontournable, les espaces touristiques historiques et centraux restent ceux qui sont le plus visités et promus à échelles larges comme le soulignait la personne au poste pour la Stratégie Tourisme 2022 à la Ville de Paris Docteure en Géographie, spécialité Culture et Tourisme. Selon elle *“le positionnement de Plaine Commune est le même que celui qu'on retrouve dans le 18/19 et 20^{ème} arrondissement, donc il n'y a pas cohérence de destination. En termes de promotion, même s'il est bien qu'ils recensent leur offre au niveau du conseil général du département, ils ne peuvent pas rester centrés sur leur département. Si ce n'est pas Paris qui recense l'offre dans le 93, les gens n'iront pas. Sinon, il y a des actions qui ont été mises en place pour métropoliser tout cela, c'est par exemple le contrat de destination Paris Ville Augmentée, qui marche difficilement, mais qui marche quand même, et pour le coup le 93 et le 94 sont hyper impliqués.”*

La ville est donc le moteur d'attractivité et sa banlieue proche est considérée comme un ensemble de territoires complémentaires à l'offre existante. Il faut cependant s'interroger jusqu'à quel point cette offre est adaptée et efficace pour attirer et régénérer un territoire. Cette offre touristique innovante et singulière ne se veut en tout cas pas être une alternative au tourisme déjà présent³⁰. Ce tourisme n'entre pas en opposition au tourisme de masse, mais lui est complémentaire.

D'un point de vue spatial, le tourisme alternatif, le slow tourism, le tourisme participatif, le tourisme créatif ou encore le tourisme hors des sentiers battus ne semblent pas concurrencer le tourisme de masse peu segmenté et différencié présent dans la capitale, puisqu'il s'agit ici de

²⁹ Collectif Degeyter. Dans Sociologie de Lille, Coll. Repères, Ed. La découverte, 2017, pages 99 à 110.

³⁰ Hazebroucq Jean-Marie. Dans Marché et organisations 2007/1, n° 3, pages 117 à 153.

mettre en tourisme par d'autres approches des lieux peu ou pas encore intégrés dans le tourisme³¹. Par ailleurs, alors même que le tourisme de masse est remis en cause par les acteurs de la ville, du tourisme, de la culture et par les habitants eux-mêmes, le touriste qui va « hors des sentiers battus » se distingue des autres touristes. Au-delà de l'expérience, ce tourisme se co-construit auprès des locaux avec une acceptation variable de la part des populations locales. De ce fait, le touriste de ces destinations sort « des bulles touristiques, du tourisme de masse »³². Il ne cherche donc pas une offre concurrentielle mais une offre touristique singulière et distinctive dans des lieux post touristiques³³ à l'heure de l'hyper-tourisme. Les acteurs du tourisme urbain parlent alors de développer un tourisme hors des sentiers battus pour vivre en immersion, savoir ouvrir les yeux sur ce qui nous est souvent le plus proche et qui peut nous sembler invisible. C'est être ouvert à la rencontre de la culture d'un espace, de son histoire et du parcours des multi individus qui ont marqué par leur art ces territoires. Ces acteurs s'appuient alors sur l'interaction entre art et territoire pour définir les différentes interventions artistiques dans l'espace public; celles-ci peuvent y être ultra-locales (Les laboratoires d'Aubervilliers) ou avoir une dimension plus métropolitaine (accompagnement artistique du tramway, de grands projets d'aménagements ou encore Nuit Blanche)³⁴. Le rapport au site et au public, pour les usagers de la ville, y est alors fondamental.

En parallèle, la croissance des pratiques et des produits touristiques “hors des sentiers battus” (dans le sens plus social, par opposition ici au tourisme de masse) est la conséquence des changements des biens induits pour la mondialisation : la métropolisation, l'individualisation et l'hybridation des goûts. Le tourisme “ hors des sentiers battus” que nous étudierons sous le prisme de l'art urbain et contemporain s'appuie sur des expériences dites plus authentiques, insérées dans les milieux urbains du quotidien. Cette croissance des pratiques et des produits touristiques “hors des sentiers battus” est analysée par plusieurs chercheurs en étude du tourisme³⁵. L'attrait des “lieux du quotidien” plus “banaux”, y compris des zones jugées

³¹ Gravari-Barbas Maria, Delaplace Marie. Dans *Téréos* [Online] 2015, 34, 1-2.

³² Gravari-Barbas Maria, Delaplace Marie. Dans *Téréos* [Online] 2015, 34, 1-2.

³³ Le **post-tourisme** désigne le dépassement des cadres de pensée, de structuration et de pratique du tourisme à la fois du fait de l'évolution sociétale globale et de l'évolution sectorielle du champ récréatif. Il renvoie à une dynamique de décloisonnement de l'ici et de l'ailleurs, du temps ordinaire et du temps extraordinaire, de l'« habiter » et du « visiter » (source ; <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/apres-tourisme-post-tourisme>)

³⁴ Kisselva Olga (dir/éd). *Art et territoire*. Coll. Arts Plastiques. Ed. de la Sorbonne, 2018, 142 pages.

³⁵ Voir par exemple les articles de : Füller Henning, Michel Boris. Dans *International Journal of Urban and Regional Research*, 2014, 28, pages 1314 à 1318; Maitland Robert, Newman Peter. Dans *International Journal of Tourism Research*, 2004, 6, pages 339 à 348. Anderson Tommy D. Dans *The Scandinavian Journal of Hospitality and*

et perçues comme des lieux plus marginaux mais aussi hétérogènes, est difficile à définir. Les frontières de ces lieux sont floues; ce sont des espaces polyvalents dans lesquels on trouve un large éventail d'activités et de populations. Les espaces touristiques hétérogènes se définissent comme des espaces plus quotidiens qui sont moins touristifiés; ce sont des scènes transitoires à part entière dans lesquelles le touristique côtoie les pratiques quotidiennes des résidents, des passants et des travailleurs. Ainsi le développement des pratiques d'un tourisme hors des sentiers battus des grandes places touristifiées contribue à produire des "clusters de créativité", "des lieux branchés" selon Robert Maitland³⁶. Cette volonté de production de "lieux branchés" peut se faire de manière endogène, par synergie entre les acteurs non institutionnels ou être impulsée par les collectivités publiques pour favoriser l'attractivité de leur territoire. On peut notamment caractériser ces lieux par la forte concentration d'industries créatives et de visiteurs "créatifs". Ainsi naît une image de lieu "à explorer", "inattendus", résultant d'un environnement bâti (architecture industrielle, bâtiment historique) et d'une "perception d'authenticité" et de quotidienneté spontanée avec des magasins indépendants. Sur Plaine Commune, les bâtis industriels comme l'ancienne Usine Mécano ou des magasins comme Franciade qui commercialisent des objets dérivés du patrimoine de Saint-Denis et du département autour de l'histoire de la ville, du territoire local, des partenaires et de leurs multiples identités s'inscrivent dans cette mouvance. A Pantin, surnommé le "nouveau Brooklyn" par le New York Times, Thaddaeus Ropac a ouvert dans une ancienne chaudronnerie son deuxième espace d'art contemporain. Dans le 18ème arrondissement, c'est la Halle Pajol et ses abords qui se trouvent dans un grand projet de réhabilitation des environs.

La diversité culturelle ainsi que la certitude d'une distinction du lieu par rapport aux autres espaces périphériques de la capitale tendent ainsi à renforcer cette tendance du tourisme "hors des sentiers battus". Si les caractéristiques sont bien définies et décrites par les professionnels du tourisme, on peut noter que le tourisme urbain et contemporain, en pleine expansion et qui peut pour certaines pratiques s'inscrire comme du tourisme hors des sentiers battus ne peut toutefois pas être traité comme une catégorie analytique. C'est un objet d'étude en soi qui sera ici étudié à l'échelle de la métropole parisienne, incluant sa périphérie. Les critères associés à ce concept doivent y être étudiés comme système de lieux, de pratiques, vécues ou imaginées,

Tourism. 2007, 7, pages 46 à 58. Jovicic Dobrica. Dans Current Issues in Tourism, 2016, 19, 605-612; Smith Karen A., Holmes, K. Dans Tourism Management, 2012, 33, 562-568.

³⁶ Maitland Robert. Dans International Journal of Tourism Research, 2008, vol. 10, pages 15-20 et Dans Procedia - Social and behavioral Sciences, 2013, vol. 105, Pages 12-19.

d'acteurs et d'usages historiquement, socialement et culturellement situés. Ces nouvelles offres se développent et se multiplient, elles tendent à rencontrer les pratiques et les imaginaires des touristes et à renouveler *de facto* le système touristique (ses pratiques, ses acteurs, ses espaces, sa temporalité et ses formes). Notre objet d'étude tend alors à analyser ce système touristique afin de savoir si celui-ci correspond à un nouveau paradigme ou à une diversification des formes de tourisme urbain hors des sentiers battus autour de l'art contemporain et du street-art notamment. Le but est de savoir si la production de nouveaux espaces par les acteurs institutionnels et les associations pour les touristes conduisent à changer les imaginaires touristiques de ces lieux.

B. Quel imaginaire touristique autour du tourisme urbain et de l'art contemporain: discussion des concepts

Les imaginaires touristiques appellent des définitions multidimensionnelles, ils s'appuient sur les notions de manipulation, de distorsion, d'enchantement et de performativité. Ces notions se réfèrent aux imaginaires spatiaux de lieux géographiques dans lesquels se déroule les activités touristiques mais aussi aux imaginaires liés aux pratiques et aux discours promus par les acteurs touristiques. C'est l'ensemble de la chaîne de valeur touristique, de la construction d'un produit à sa consommation, qui est imprégnée de l'imaginaire touristique. Ce sont le plus souvent des définitions ancrées profondément, qui découlent d'une vision du Monde des premières sociabilisations, renvoyant à la notion d'*habitus* selon Bourdieu. Les imaginaires touristiques sont ainsi décrits comme un "assemblage d'images et représentations sociales à travers des figures telles que l'emblème, la figure héroïque, la légende urbaine ou le stéréotype" appliqué à un lieu.

Les imaginaires touristiques sont définis en premier comme des imaginaires spatiaux, ils permettent aux individus et aux groupes de se représenter l'espace d'un lieu en tant que destination touristique qui peut alors être appréhendable. Ils ont pour but de rendre un lieu attractif, du choix de cette destination jusqu'à sa réalisation sur le terrain, orientant et déterminant certaines pratiques. Se construit alors à terme un véritable projet touristique permettant aux individus d'aborder les lieux touristiques sous la vision d'un tourisme où les symboles ancrent sensiblement une identité territoriale réelle ou fantasmée, voire utilisée. Le tableau ci-dessous, présenté en master 2 lors du cours des imaginaires touristiques³⁷ est alors

³⁷ https://cours.univ-paris1.fr/pluginfile.php/883098/mod_resource/content/1/S1%C2%A0intro.pdf

devenu un outil d'analyse pour mieux appréhender l'imaginaire du tourisme urbain grâce aux caractéristiques qui le définissent.

Figures (de la ville), outil d'analyse des imaginaires (urbains)

Caractéristiques	Figure : exemple	Commentaires
Échelle Quelle est l'échelle ?	Ville, locale, régionale, quartier, etc	Les imaginaires ont des échelles et peuvent se superposer ou se confronter
Spatialité Quelle est la forme spatiale ?	Centre périphérie, espace uniforme, mosaïque, etc	La qualité de l'espace, quelles sont ses différenciations
Historicité Quelle est la forme du temps ?	Éternel présent, présentisme, passé comme âge d'or, nostalgie	La forme du temps les affectés qui y sont attachés
Habitant / usager légitime ? Quel vivre ensemble ?	Riches et pauvres ; étrangers locaux ; touristes et habitants ; hommes et femmes ; etc	Quelles sont les différenciations entre individus caractérisant les légitimes usagers ?
Devenir ? Quel est le devenir légitime ?	Conservation, destruction, développement, ...	Cf études Molotch, ou Klemanski
Rapport au réel	Utopie, conservatisme, nostalgie, analyse, promotion, ...	Quel est l'effectivité de l'image territoriale ?
Foyers de diffusion	Prescripteurs, médiateurs, images, exogène ou endogène	Comment se diffuse ?

Emblématique d'une nouvelle valeur touristique, une offre de tourisme interstitielle d'un tourisme urbain se développe, se structure et par voie de conséquence, se commercialise comme produit touristique. Cet imaginaire touristique, autour ici de l'art urbain et contemporain, s'insère dans une catégorisation spatiale des pratiques qui sont associées à ces thèmes. Ainsi, le Chargé de projets culturels et artistiques / communication, cofondateur de collectifs artistiques dont le Murs 93 m'expliquait le danger de l'institutionnalisation des pratiques urbaines liées au street art mais aussi leurs portées sociétales. Ils sont associés à des imaginaires prégnants et enracinés sur des territoires urbains périphériques et tendent à mettre en avant davantage les similitudes que les différences sur la pratique de cet art et de son utilisation pédagogique, culturelle voire touristique. Ils peuvent être, selon lui utiles, pour développer des pratiques urbaines qui vont au-delà du champ esthétique, en faisant d'une part des produits engagés notamment de leur production (bombes plus éco-responsables) et pouvant avoir un message éco citoyen. L'imaginaire lié au tourisme urbain tend à consolider une certaine typologie de pratiques concernant cette thématique. Les acteurs touristiques participent à

renforcer un imaginaire des pratiques conçus par les acteurs pour le touriste sur un tourisme aussi plus responsable. Ainsi, les acteurs comme la RATP ou encore Explore Paris mettent en scène la ville urbaine cosmopolite et citoyenne, comme le souligne la créatrice de Fresh Street Art Tour: *“Très vite, lorsqu'on a été professionnalisé, on a été intégré à des réunions portant sur le déploiement du Grand Paris. Cela est réalisé dans le cadre du contrat de destinations Paris Augmentée, dans lequel le street art est un des axes importants et où Explore Paris en fait une bonne promotion commerciale. Malgré nous, on est devenu un exemple type de ce qu'ils ambitionnent de développer à l'échelle des territoires du Grand Paris”*. Ces acteurs développent une programmation peu chère, décrite comme insolite et “hors des sentiers battus”, pour favoriser la découverte d'un autre Grand Paris, dont le street art fait partie. Par exemple, les balades urbaines thématiques proposées par des street artistes, des spécialistes de l'art urbain ou des passeurs de culture ont pour but de faire découvrir la richesse artistique du 19^{ème} arrondissement, de Belleville-Ménilmontant ou du Canal Saint-Denis³⁸. Ce même jardinier urbain, cofondateur du Mur93, m'avait alors expliqué l'importance pour lui, en accord bilatéral désormais avec le CDT93 de développer des balades urbaines autour du street-art couplées à d'autres thématiques. Ainsi, pour le prochain Eté du Canal, il avait fait appel à une architecte ayant un regard urbanistique pour travailler ensemble sur une « balade street-art et mutation urbaine ». Le but étant alors de souligner comme l'art urbain contemporain participe et accompagne les évolutions urbaines en cours sur le territoire. Les collaborations entre guide, acteurs institutionnels comme le CDT, association comme certains OTI, artistes (comme JM pour le hip-hop) ou entreprises privées sont nombreuses pour définir des balades toujours plus construites, riches et originales tant par leur contenu que par le mode de déplacement tout en faisant attention de ne pas empiéter territorialement sur l'offre proposée par d'autres acteurs. Par exemple, la créatrice de Fresh Street Art Tour Paris (carte illustrée ci-dessous) m'expliquait les collaborations effectuées avec d'autres acteurs pour animer les balades, notamment avec le Chargé de projets culturels et artistiques communication, cofondateur de collectifs artistiques dont le Murs 93 ou encore Thom Thom: *“Oui, on est deux (dans l'entreprise), et on fait appel ponctuellement avec Thom Thom Du Mur, Da Cruz, ... On essaie de collaborer plutôt que de se concurrencer. Il y a suffisamment de matière pour avancer. On travaille aussi avec des contrats free-lance, avec des artistes qui nous animent ponctuellement des ateliers. Pour les*

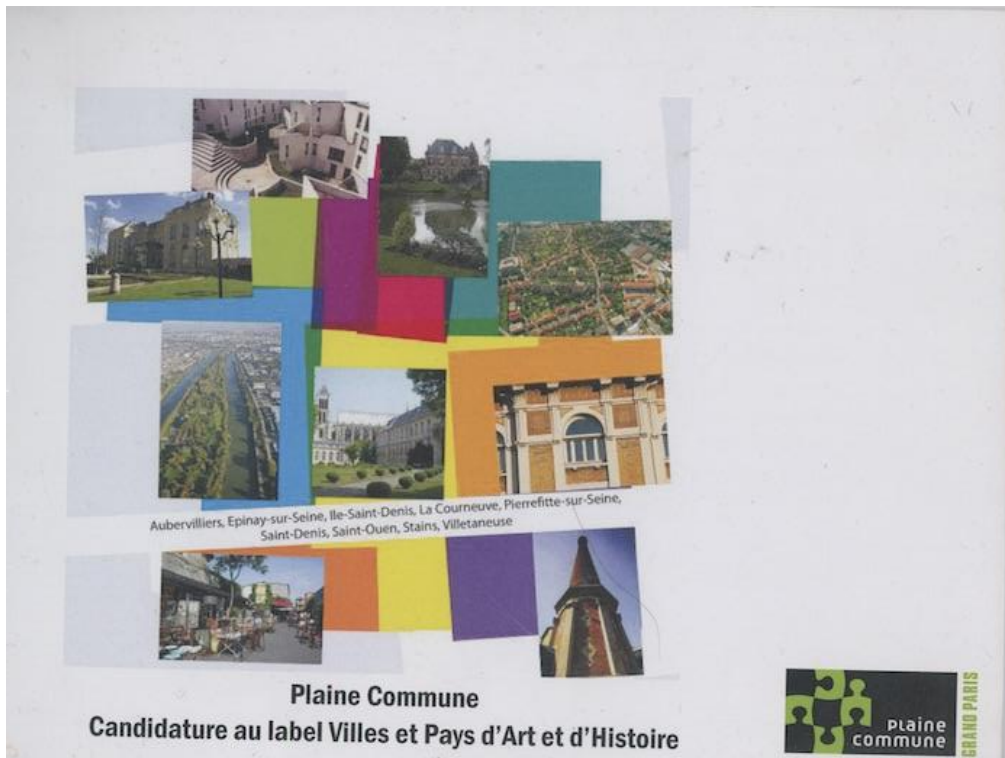
³⁸ <https://www.ratp.fr/visite-paris/francais/balades-urbaines>, <https://exploreparis.com/fr/>

ateliers dans le 95, on a monté un lien avec un graffiteur, street-artiste qui a sa propre boîte. Chacun est indépendant et on ne se marche pas sur les pieds, sans relations de boss à salarié.”



Carte professionnelle de Fresh Street Art Tour Paris

Le touriste se fait alors une image de la communauté qu’il va rencontrer. L’imaginaire de Paris est lié à l’imaginaire du parisien, celui de la banlieue, à un imaginaire du cosmopolitisme revendiqué par les acteurs institutionnels comme l’Établissement Public de Coopération Intercommunal Plaine Commune et son plan de synthèse pour sa candidature Ville Pays d’Art et d’Histoire (VPAH). Ci-dessous, pour illustration, quelques pages extraites de ce plan, qui me furent utiles à la compréhension de mes axes d’analyse et de recherche.




La valorisation du patrimoine s'inscrit dans les politiques publiques, elle est portée par de nombreux acteurs

Le Contrat de Développement Territorial « Territoire de la culture et de la création »

Dans le cadre du Grand Paris, un Contrat de Développement Territorial a été signé entre l'Etat, Plaine Commune et les villes du territoire. Les orientations du SCOT de Plaine Commune y sont confirmées et précisées. Ce projet de développement de la région capitale vise à renforcer le dynamisme et l'attractivité de la métropole au plan mondial, en définissant une stratégie urbaine, économique, culturelle et sociale, durable et solidaire.

L'agglomération s'appuie sur la culture et la création pour irriguer son projet de développement territorial. Elle est convaincue que l'art, la culture et la création, permettent de structurer le développement au plan local, de fonder de nouveaux équilibres urbains, sociaux, environnementaux, de manière participative, et de favoriser leur rayonnement au plan international.

Vecteur d'identité, de développement et d'attractivité, la valorisation des richesses patrimoniales constitue un enjeu majeur de cette dynamique. Elle contribue fortement à promouvoir une image plus juste du territoire et à affirmer son identité à l'échelle du Grand Paris. Simultanément, elle renforce le sentiment d'appartenance et de fierté des habitants de Plaine Commune et de tous ceux qui y viennent travailler et étudier.



~ 103 ~

Pages extraites du document pour la candidature VPAH de Plaine Commune (Partie 2)

La valorisation des richesses fluviales

Pour Plaine Commune, valoriser le canal Saint-Denis et la Seine, axes structurants et porteurs d'une identité forte, est un enjeu important. Hormis « Seine Commune », la manifestation que Plaine Commune met en œuvre en juillet, des balades fluviales sur la Seine sont régulièrement proposées depuis plusieurs années, en liaison avec l'Office de Tourisme Intercommunal. A l'occasion de "l'Eté du canal" organisé par le Comité Départemental du Tourisme 93, des animations se déroulent sur le canal Saint-Denis. Pour les années à venir, l'objectif est de contribuer à la réhabilitation des berges, au développement de circulations douces et d'activités de loisirs sur le canal et sur la Seine, en lien avec les Hauts-de-Seine et les villes limitrophes de la Communauté d'agglomération (Clichy, Argenteuil...).



Figure 161 : Seine Commune

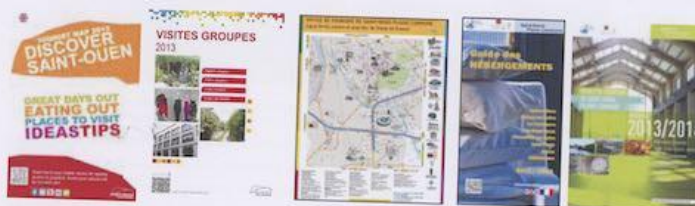
La formation de guides aux richesses insolites du territoire

Les cités-jardins, le patrimoine industriel, le logement social... autant de richesses insolites du territoire que Plaine Commune cherche à mieux faire connaître. Ainsi un projet de formation des guides a été initié par la mission tourisme. L'objectif est de recruter de nouveaux guides, pas nécessairement professionnels, afin d'enrichir l'offre de visites proposées aux habitants et aux visiteurs. Deux « éductours » de deux jours chacun ont ainsi été mis en œuvre en 2012, dans un premier temps, avec une découverte du territoire dans son ensemble¹⁰, puis avec une présentation plus spécifique du patrimoine industriel, maraîcher, du logement social dans un second temps. Ils ont rassemblé entre 20 et 30 participants, dont certains travaillent actuellement à la création de nouvelles offres.

Les questions pratiques concernant l'intégration de ces visites dans la programmation des Offices de Tourisme et la rémunération des guides sont en cours d'étude.

¹⁰ Cultures maraîchères, Berges de Seine à Epinay, patrimoine industriel, logement social.

Des supports vidéo et numériques ont aussi été conçus par les Offices pour être diffusés sur les écrans des points d'accueil (« Découvrir Saint-Ouen » en français et anglais - Programme des balades, animations, expositions). L'outil de communication le plus conséquent en termes de contenu (textes, vidéos) reste à ce jour le site Internet de l'Office de Tourisme de Saint-Ouen et celui de l'OTI. Depuis ces dernières années, les Offices sont présents sur des sites communautaires et réseaux sociaux via l'ouverture de Facebook ou encore de comptes sur : Flickr (un site de partage de photos), Dailymotion et Youtube (partages de vidéos), Pinterest¹¹, et Twitter.



¹¹ Site de réseau social et de partage de photographies

Pages extraites du document pour la candidature VPAH de Plaine Commune (Partie 2)

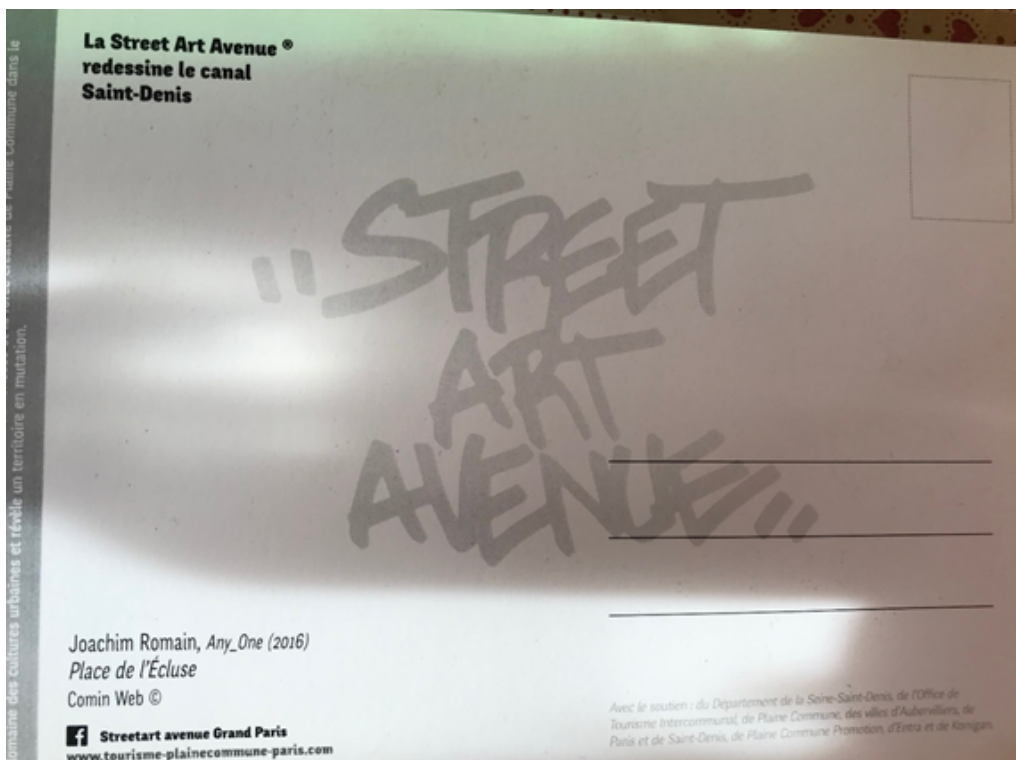
L'ensemble des référentiels, des expériences espérées, des pratiques induites vis-à-vis des populations locales est alors complexe puisque ceux-ci ne touchent pas seulement et simplement le touriste mais l'ensemble du système touristique. Ainsi, le tourisme urbain

s'appuie sur un concept utilisé dès le début du tourisme, tentant de décoder l'imaginaire d'une authenticité locale ancrée dans des imaginaires produits. L'idée qu'a le touriste des territoires périphériques s'appuie sur sa "faculté mentale et psychique de construire, de mobiliser et de faire fonctionner ensemble les éléments de ce "musée d'images" selon Debarbieux³⁹. Cet imaginaire s'inscrit par essence dans les symboles du "hip hop" là où le graff a une place prépondérante pour affirmer son blase et son identité territoriale.

Le marketing touristique s'appuie alors et se nourrit des imaginaires produits tout en contribuant à refaçonner les produits touristiques et à renforcer des pratiques. Ainsi les visites "hors des sentiers battus" proposées par pléthore d'acteurs tendent à faire croire du caractère insolite, personnel et unique de ce type de proposition alors que ces pratiques sont fortement institutionnalisées dans de grandes agglomérations. L'imaginaire autour du tourisme urbain et contemporain s'appuie donc sur un travail de création d'icônes (par exemple Marco93, street artiste originaire de Saint Denis qui intervient fréquemment en Seine-Saint-Denis, il a notamment collaboré avec Artof Popof et Da Cruz sur le bâtiment des douanes à Pantin ou lors de la Nuit Blanche en 2019, et est un des graffeur symbolique du territoire) et sur un travail sémantique pour y instituer des figures emblématiques et des images représentatives des lieux (exemple de la fresque des lions et du singe de Marco 93 pour la Street Art Avenue). Ces images peuvent être alors matérielles, Plaine Commune a ainsi développé des cartes postales autour de la street art Avenue (*quelques photos sont présentées ci-dessous à titre d'illustration*) ou encore des comptes instagram autour des productions sur le territoire du nord-est parisien. Des cartes interactives ont été établies pour Est Ensemble et des documents immatériels sont aussi disponibles (discours, anecdotes racontées par les guides lors des visites organisées). Plaine Commune a par exemple quant à elle inclut le street art dans la brochure des balades urbaines en 2019 (*quelques illustrations sont également présentées ci-dessous*). Le rôle des images est d'autant plus prégnant dans un monde guidé par l'omniprésence de celles-ci (dont plusieurs sont produites par le tourisme lui-même⁴⁰).

³⁹ Debarbieux Bernard. *Imaginaire Géographique*, Dans Dictionnaire de Géographie, Paris, Lévy J. & Lussault M.(dir/éd), Ed. Belin, 2003.

⁴⁰ Page 290, dans Harvey David. *The condition of postmodernity*. Ed Basic Blackwell, Oxford, 1989, 378 pages.



Exemples de photos de cartes postales autour de la Street Art Avenue (partie 1)



Exemples de photos de cartes postales autour de la Street Art Avenue (partie 2)



Exemples de photos de cartes postales autour de la Street Art Avenue (partie 3)



Illustration de balades urbaines proposées dans la Brochure balade de Plaine Commune (Partie 1)



Illustration de balades urbaines proposées dans la Brochure balade de Plaine Commune (Partie 2)



Illustration de balades urbaines proposées dans la Brochure balade de Plaine Commune (Partie 3)

Les images et les imaginaires touristiques n'ont cependant pas les mêmes temporalités que les images, souvent stéréotypées, qui sont associées à un lieu. Si les images peuvent changer, l'évolution autour des imaginaires pour les touristes est le plus souvent plus longue. Ainsi par exemple, encore beaucoup de guides touristiques ne mentionnent que le périphérique pour venir visiter la Seine-Saint-Denis dans le cadre de la découverte du tourisme urbain parisien. Nous verrons dans la dernière partie comment l'analyse lexicométrique permet de comprendre les discours liés à l'imaginaire de certains produits touristiques sur ces territoires.

Les imaginaires touristiques, produits et consommés, renvoient donc aux notions de lieux, de temps et d'humains. Ils se réfèrent à la virtualité en puissance d'un lieu en tant que destination

touristique. Ils sont une façon d'entrer en relation avec l'espace, génèrent un sens, sans déterminer pour autant des configurations et des comportements prédéfinis. Ceux-ci tendent, notamment grâce à la volonté des acteurs publics, à modifier et valoriser des lieux qui subissent des stéréotypes péjoratifs pour en faire une destination touristique. Nous verrons par la suite, que cette volonté connaît des limites d'ordre spatial (découpage administratif, difficulté de faire sens pour une destination sur un imaginaire fondé sur un tourisme urbain sur l'ensemble du territoire des arrondissements et des EPCI) et processuel. L'analyse de l'imaginaire touristique nécessite alors de comprendre les demandes des individus touristes au regard du lieu, de soi et de l'autre. Cette analyse permet aussi par la suite de visualiser comment les acteurs territoriaux accompagnent, réagissent et suscitent la quête. Ainsi, Plaine Commune a développé plusieurs schémas touristiques sur un espace pour faire destination au regard des ressources touristiques sans avoir de réel observatoire du tourisme pour savoir si l'offre correspond bien à la demande comme le soulignait la chargée de Tourisme de Plaine Commune : *“A part les visites guidées, les entrées dans certains sites, on a un gros problème pour quantifier, mis à part les données de l'office du tourisme (très restreintes, car cela ne concerne que ceux qui entrent dans l'office). Il serait nécessaire de mettre en place un observatoire du tourisme, mais c'est lourd, coûteux. Ces données permettraient de valoriser notre action.”* L'Établissement Public de Coopération Intercommunal Est Ensemble tente de définir un Schéma Touristique pour favoriser le développement et l'attractivité de son territoire. Le chargé de développement de ce schéma avait d'ailleurs rencontré au printemps 2019 la ville de Paris pour discuter de ce projet. Enfin, à l'échelle du Grand Paris, l'État a validé le contrat de destination “Paris, La Ville Augmentée” soutenu et développé par de nombreux acteurs dans le but de valoriser sa dimension urbaine; le but étant alors de redynamiser et de valoriser l'image de Paris en y intégrant une dimension plus moderne, innovante et urbaine tout en élargissant son périmètre géographique dans l'esprit du tourisme. Les nouveaux territoires périphériques de la destination Paris proposent et développent des offres touristiques à expérimenter et développer comme les balades urbaines, développées dans le Val-de-Marne ou en Seine-Saint-Denis.

C. Une évolution des pratiques et des demandes, vers un tourisme de loisirs et du quotidien, à la contextualisation du séjour, aux interactions sociales et aux expériences «authentiques»

Le tourisme conditionne de manière de plus en plus significative la production, la conception et les pratiques métropolitaines. Tout en se déployant dans les interstices délaissés de la métropole, il est propice à la circulation touristique sur des territoires qui vont au-delà de la ville héritée selon François Ascher⁴¹. Deux dynamiques peuvent être mises en évidence: d'une part, la création de galeries et de centres d'art contemporains (*e.g.* La Galerie à Noisy-le-Sec, l'espace Khiasma aux Lilas, le Plateau Paris 19^{ème}, la galerie Amarrage ou le mur de Saint-Ouen, le centre Tignoux à Montreuil) et d'autre part, l'aménagement de lieux pluridisciplinaires et intermédiaires pour l'art contemporain (*e.g.* La Maison Populaire à Montreuil, Maint d'œuvres à Saint-Ouen, Centre-quatre dans le 19^{ème} arrondissement ou encore le 6B à Saint-Denis, Musée d'Art et d'Histoire de Saint-Denis...). A cela s'ajoutent les différentes formes d'art visuel développées dans les espaces publics (art de rue ou street-art). Il est alors question de savoir si art contemporain et art urbain relèvent de deux logiques distinctes ou s'interpénètrent l'un l'autre. Il faut donc questionner le type de propositions faites sur ces différents lieux, qu'ils soient fermés ou ouverts. Ces propositions s'inscrivant dans des objectifs culturels et patrimoniaux, l'impact et l'attractivité touristique seraient un autre objectif crucial. L'évaluation de la portée de cet objectif est à étudier sur les lieux identifiés pour les différents territoires. Dans ce but, il faut mieux définir les pratiques et les demandes touristiques autour de l'art urbain et contemporain sur ces territoires périphériques. Les nouvelles offres touristiques sont les principaux enjeux à développer et à expérimenter dans un contrat de destination. Dans la synthèse du contrat de destination de la ville de Paris, la volonté est "de faire émerger et valoriser une nouvelle offre en matière de tourisme urbain et élargir résolument l'aire géographique des pratiques touristiques". Elle souligne la place importante du tourisme urbain dans les programmations touristiques du tourisme "hors des sentiers battus". Pour valoriser ce nouveau tourisme, cinq thématiques ont été retenues, à savoir l'art dans la ville, l'art contemporain, la ville monde, la nature en ville, la nuit et la fête. Ces thématiques sont particulièrement intéressantes à étudier au-delà de l'hypercentre (première échelle). Nous étudierons ici les programmations qui se développent à l'échelle des usages de l'art de la ville et l'art contemporain.

⁴¹ Ascher François. *Métapolis ou l'avenir des villes*. Ed Odile Jacob, Paris, 1995, 350 pages.

La question des pratiques touristiques au sein de la métropole pose les questions suivantes : qui pratique?, quelles sont les modalités de visite?, selon quel rythme, quels itinéraires ou encore quels choix?, comment s'approprie-t-on et construit-on l'image de destination? Peu d'études permettent de comprendre les interconnexions des pratiques touristiques aux échelles spatiales d'une part (entre le centre et la périphérie) et socio-économiques d'autre part. Ici, nous tenterons d'apporter quelques éléments de réponse.

L'expérience urbaine se nourrit d'ambiances, c'est à dire d'atmosphères à la fois matérielles et subjectives. La marche y constitue un des modes principal et essentiel pour combiner le mouvement du corps (l'avancée dans la ville) avec l'activité visuelle (observer autour de soi), dans une logique de captation, voire d'absorption de l'ambiance de la ville⁴².

Ces offres sont majoritairement à destination des touristes définis comme city breakers et des repeaters, selon le Contrat de destination "Paris, la ville augmentée". S'ajoutent également les touristes d'affaires qui sont des cibles de plus en plus recherchées par les acteurs de ces nouvelles formes de tourisme. Ainsi, sur Plaine commune, l'enjeu est de miser aussi sur ce tourisme d'affaires en développant une offre hors des sentiers battus (dans le sens hors du tourisme de masse) par l'intermédiaire de congrès et séminaires à destination par exemple des entrepreneurs créatifs ou des digital nomads, en favorisant la fréquentation de nouveaux équipements comme le 6B à Saint-Denis, en faisant des agences de voyages des lieux de vie et de rencontre (avec des expositions, des conférences, des ateliers,...). Le Responsable de la communication-promotion de l'agence de développement touristique de la Seine-Saint-Denis décrit les lieux insolites comme étant utiles pour des pratiques qui vont jusqu'au tourisme d'affaires: *« Il y a deux choses, le secteur privé fait déjà ça. Donc, je vous disais avec les lieux insolites et atypiques qui émergent. C'est une très bonne chose car ce sont des demandes qui ont lieu. Il y a aussi des demandes sur des activités, je vous parlais de la partie incentive et team building où les entreprises cherchent en plus de leur séminaire à créer des moments de cohésion d'équipes et de sortie ensemble. C'est toujours important d'ajouter un pack qui sort un peu du catalogue pour proposer des sorties, ça peut être des sorties urbaines autour du graffiti par exemple. Il y a des graffeurs qui font cela et qui se lient ensemble et il y a à développer des activités annexes, ça c'est peut-être un potentiel assez fort. »* Si le touriste d'affaire est aussi une des cibles de ce tourisme, le "backpacker" est cependant quant à lui une des cibles capitales

⁴² Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

de notre objet d'étude avec les excursionnistes. Il s'agit respectivement d'un tourisme qui effectue un séjour sur une durée qui n'excède pas quatre nuits passées hors domicile et d'un tourisme à la journée. L'intensité des pratiques du backpacker est inégale, il est le plus souvent urbain, jeune, et mobile voire hyper-mobile. Il veut valoriser son expérience touristique à la fois en s'appuyant sur la visite des sites monumentaux et institutionnalisés et en tentant de se distinguer des autres touristes (même s'il se définit comme touriste)⁴³ par la recherche de produits plus banaux pour se confronter à une altérité qui est dans une moindre mesure pré-construite⁴⁴. Il se veut être cependant acteur et façonneur de son voyage en ayant accès aux informations sur la sécurité et sur les dernières tendances en matière touristique développées dans la ville qu'il va visiter. Il recherche par la spontanéité (bien que relative) et l'immersion dans un autre contexte urbain, une rupture avec son propre quotidien. Le backpacker est donc caractéristique des tendances actuelles, ces touristes peuvent alors représenter une manne financière pour le secteur touristique d'art dans la ville et d'art contemporain. Par le contrat de destination touristique du Grand Paris, les pouvoirs publics ont ainsi pour objectif de valoriser de nouvelles offres en matière touristique en élargissant ces pratiques à une aire géographique périphérique après une première expérimentation en zone urbaine dense et en concentrant ses actions de promotion aux jeunes (20-35 ans) et aux city-breakers européens. Enfin, l'excursionniste réalise son déplacement sur la journée. Il peut s'allier avec un tourisme plus participatif et inclusif pour les populations de la région et peut favoriser les liens sociaux, mais ce n'est pas toujours le cas. Via les politiques des comités d'agglomération et des établissements publics de coopération intercommunale, un tourisme plus participatif et inclusif à destination des populations locales et excursionnistes peut être aussi mis en place grâce à des politiques de sensibilisation, de médiation culturelle et d'accès gratuit à de nombreux lieux culturels, en parallèle du développement de produits touristiques standardisés sur la culture urbaine. Ainsi, ExploreParis, Enlarge Your Paris ou encore le site officiel de l'Office de Tourisme de Paris participent au développement de cette offre auprès des habitants d'Île-de-France. Ce développement s'inscrit alors dans une véritable stratégie d'aménagement territoriale à l'ère du Grand Paris, ces événements pouvant être aussi temporaires et attirant notamment les populations de l'Île-de-France (plus d'un tiers de franciliens sont les publics de ces

⁴³ Fabry Nathalie, Picon-Lefebvre Virginie, Pradel Benjamin (dir/éd). *Narration touristique et fabrique des territoires. Quand tourisme, loisirs et consommation réécrivent la ville*. Coll. Critiques et Cités. Ed L'œil d'Or, 2015, 230 pages.

⁴⁴ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

événements)⁴⁵. La recherche d'une expérience urbaine contemporaine, de lieux insolites et innovants qui rompent avec le quotidien sont au cœur de leur motivation. Ils recherchent des destinations "anti-mainstream", qui n'ont pas encore été beaucoup photographiées, filmées et "instagramées". Ces lieux sont cependant difficilement identifiables à l'échelle métropolitaine puisqu'il n'existe pas de cartes, suffisamment générales et détaillées, produites par les acteurs pour référencer l'ensemble de ces œuvres sur le nord-est de l'agglomération parisienne. Des cartes alternatives réalisées en anglais par des locaux existent déjà dans d'autres villes, comme à Rennes, le but étant ainsi de découvrir la ville avec la carte "Use-it". Pour Plaine Commune, une carte officielle et institutionnelle a été élaborée pour référencer les œuvres commandées pour la Street Art Avenue. Cependant le référencement ne concerne pas l'ensemble du territoire, il en est de même pour Est Ensemble. Ainsi, Plaine Commune, Est Ensemble ou encore le nord parisien ont pour ambition de développer la mise en tourisme de l'art urbain grâce au Street Art. Cette thématique est clairement définie par Plaine Commune, puisqu'elle est un de ses axes prioritaires dans son Schéma Touristique. Des porteurs de projets en art urbain comme Malo Garnier (Écluse et Le MUR93) jouent un rôle important dans le développement de ces axes.



Dépliant de la Street Art Avenue promu par l'OTI Plaine Commune

⁴⁵ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

Cibles	Typologies	Offre privilégiée	Communication envisageable
City-breakers	74% des 18/29 ans 66% des 30/44 ans Principalement des habitants urbains, en couple.	Recherchent une rupture avec le quotidien, flâner, se promener et découvrir les musées, les activités culturelles et les produits locaux. Mais ils sont peu intéressés par les visites organisées <i>mainstream</i> .	Une meilleure présence sur les réseaux sociaux, support de communication important pour eux. Communication d'offres packagées.
Excursionnistes	Une proportion légèrement plus importante d'hommes. Entre 35 et 64 ans. Régions de proximité. Généralement un foyer de 2 personnes.	Consommateurs mais également ambassadeurs et acteurs. Leur faire "adopter" le territoire pour qu'ils communiquent positivement dessus. Des offres pour leur faire (re)découvrir le territoire.	Une communication de proximité. Création d'une brochure (ou toute autre forme) papier trimestrielle pour mettre en avant le territoire auprès des habitants. Une meilleure présence des événements sur les journaux et supports d'informations locaux.
Touristes d'affaire	Des personnes expérimentées, habituées à se déplacer et devant prendre en compte des contraintes budgétaires.	Une clientèle d'affaires demandeuse de services Supplémentaires : conciergerie, mini-guide ou encore Packs afterwork. Des transports urbains efficaces, des hébergements et des services de restauration adaptés à leurs besoins. Fournir un accompagnement pour découvrir Paris en immersion dans la ville (propositions d'offres packagées, de billets coupe-file...).	Newsletters dédiées à la clientèle d'affaires : Mini-guide, concentré d'informations utiles à garder sur soi et adapté aux professionnels. L'application mobile : elle permet d'avoir un contenu similaire à celui du miniguide, mais avec en plus toutes les possibilités offertes par un smartphone ou une tablette.

Tableau des catégories cibles : *City-breakers, excursionnistes, touristes d'affaire*
(Données extraites du site CDT93)

Face à l'évolution des produits touristiques et aux cibles de la demande sur ce genre de thématique, il est nécessaire d'évaluer quelles sont les actions localisées des acteurs institutionnels et privés autour de l'art urbain et contemporain sur ces territoires.

Chapitre 2: Les stratégies des acteurs institutionnels et privés pour l'aménagement touristique (en produits et en espaces) par l'art urbain et contemporain: entre mesures endogènes et exogènes

Les acteurs institutionnels comme l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, les Comités départementaux de la Seine-Saint-Denis et d'autres de la Grande Couronne (Val-de-Marne, Hauts-de-Seine, le Welcome City Lab et l'IREST (Université Paris I)) allient leurs forces pour dynamiser la destination parisienne en valorisant son caractère urbain à l'échelle métropolitaine.

Les dispositifs d'incitation comme le dispositif des contrats de destination, qui a été mis en place par l'État, ont pour but de promouvoir des destinations ayant une identité forte. Pour les territoires, la destination ne fait pas forcément sens au premier abord.

Leur motivation est couplée aux pratiques endogènes développées par pléthore d'acteurs associatifs et privés sur le territoire. Ainsi, l'offre touristique est différente de celle des "sentiers battus" du centre hyper-touristifié de Paris, puisque sur ces territoires, il existe déjà de nombreux réseaux d'acteurs de milieux associatifs qui participent à la définition des visites urbaines. Les espaces et les lieux sont ainsi redéfinis, "*une magie différente était à l'œuvre ici, celle d'un quartier transformé du jour au lendemain par une main mystérieuse. Pour révéler une peinture comme on trouve un trésor dans une grotte (James Pigroff)*".⁴⁶

A. Première approche de l'art urbain et de l'art contemporain, un art au service de la touristification des espaces ?

Dans les pratiques touristiques "hors des sentiers battus", notre étude porte sur l'art dans la ville, qui inclut l'architecture contemporaine et l'art dans l'espace public. Aujourd'hui, face au développement constant et croissant de l'art contemporain et urbain au sein des territoires métropolitains, la question de la confrontation des propositions artistiques contemporaines et des nouveaux comportements et pratiques culturels des touristes est importante à analyser. En ce sens, il est important de comprendre les motivations des acteurs qui situent leurs propositions de visites touristiques dans le registre du "hors des sentiers battus" et celles des touristes qui s'y engagent.

⁴⁶ Armstrong Simon. *Street Art*. Coll. Art en poche. Ed. Flammarion, 2019, 176 pages.

Quelles sont donc les attentes en « termes d'expérience sensible vécue, d'apport identitaire personnel et de réseau de sociabilité » des visiteurs sur ces lieux vis à vis de l'art contemporain et l'art urbain ?

Actuellement, les valorisations en termes d'usages et d'images des œuvres urbaines et contemporaines tendent à créer de nouvelles modalités de développement dans de nouveaux quartiers moins touristiques. La valorisation et la promotion d'un tourisme « hors des sentiers-battus, à la découverte de l'ordinaire »⁴⁷ devient une pratique opératrice pour la diffusion touristique métropolitaine. Elle s'inscrit dans le local et répond aux enjeux de durabilité et d'émerveillement face au quotidien en développant le tourisme excursionniste à destination des franciliens. Les deux guides conférenciers (un dans le 75 et un dans le 93) m'expliquaient bien qu'ils ont à côté des scolaires, de nombreux parisiens et franciliens trentenaires sans pour autant pouvoir me donner les chiffres exacts relatifs aux visiteurs qu'ils ont. En effet, ce tourisme de loisirs se réfère à l'ensemble des activités récréatives s'exerçant dans l'espace-temps du tourisme (qui nécessite une nuitée hors de son domicile), mais celui-ci peut aussi se développer dans l'espace local. Ce tourisme de balades ou de croisière, en plein air est un instrument pour les acteurs publics de marketing territorial urbain⁴⁸, pour eux, c'est une des motivations de leur développement. Ce tourisme du quotidien se veut être plus inclusif et participatif, c'est pourquoi de nombreuses associations comme les balades urbaines ont lancé depuis 2011 « les Promenades du Grand Paris ». D'autres projets ont vu le jour comme Background, un projet de tourisme lancé par une agence événementielle artistique consacrée au Graffiti. C'est un projet hors des sentiers battus proposant une découverte de Paris à travers le prisme de la culture hip hop, via des expériences immersives ainsi que des événements sur mesure pour des particuliers, des scolaires ou encore des entreprises. Le format s'articule en trois expériences indépendantes de trois heures où le graffiti, la musique et la danse sont respectivement mis à l'honneur. Ici, l'agence événementielle comme beaucoup d'autres prestataires de balades urbaines mise sur le côté expérientiel et authentique de la visite dans les quartiers du 10ème, 11ème, 13ème, 19ème ou encore 20ème arrondissement de Paris. L'originalité de la visite est que celle-ci se conjugue à la rencontre, pendant l'expérience de la balade, d'un artiste graffiti dans son atelier ou directement dans la rue pour assister à une création en direct. S'en suit la création et la médiation autour de la "musique" (un des cinq piliers constitutifs des codes hip hop), avec la découverte

⁴⁷ Guinard Pauline, Jacquot Sébastien, Kullmann Clotilde. Dans *EchoGéo* [Online], 2018, 44.

⁴⁸ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

d'un studio d'enregistrement pour une heure de "masterclasse" au côté de musicien puis la participation à un événement musical hip hop de la capitale au côté d'un "crew" de danse.

Il en est de même pour le CDT93 qui a décidé de développer pour l'Été du Canal une croisière immersive autour de la thématique du street art et de la musique hip hop avec Mano et Nicolas Obadia. Ce type de programmation se retrouve aussi sur le territoire du Canal de l'Ourcq.

Au-delà de l'enjeu d'attractivité, le Street Art se doit d'être pour les acteurs du territoire un levier afin de faire passer des messages portant sur la citoyenneté, l'identité et l'environnement, comme souligné par le Chef de projets culturels et artistiques : « *l'art urbain est au service de la lutte contre les inégalités* ». L'établissement public territorial Plaine Commune a donc lancé à l'occasion de l'Euro 2016 un projet de fresques tout le long du canal Saint-Denis, du Stade de France au parc de la Villette à Pantin avec des thématiques environnementales (Fresque de Marko 93 ou des Soeurs Chevalme, photographie ci-dessous) ou encore l'exposition "Fenêtre Sur Rue" dans Saint-Denis qui reprend le portrait des habitants de la ville afin de mettre en lumière le multiculturalisme de la ville.



Photographie de la fresque de Marko 93 sur la Street Art Avenue

Ces trois exemples sur trois territoires distincts soulignent ainsi la continuité des pratiques au-delà du périphérique, où les expériences touristiques urbaines autour de l'imaginaire hip hop sont valorisées voir instrumentalisées à des fins de commercialisation par certains acteurs.

L'institutionnalisation de l'art urbain fait que ces œuvres apparaissent sur le marché, que ce soit le marché de l'art, de la publicité ou encore du marketing territorial à des fins de touristification⁴⁹. Dès lors les artistes se retrouvent en confrontation avec une réalité politique, économique, artistique différente de la rue, les causes et les motivations des différents acteurs vont au-delà des rues, au-delà de la passation d'un simple message. Cette évolution vers une institutionnalisation entraîne alors de nouvelles modalités relationnelles entre l'espace et les lieux et l'artiste. De nouvelles règles y sont établies (pas de message trop politisé, trop incisif, de l'esthétisme avant tout lors de commandes publiques avec des messages partagés par l'ensemble des acteurs), de nouvelles conditions y sont appliquées, notamment sur la marchandisation du travail effectué. L'art urbain et l'art contemporain deviennent alors des enjeux pour de nouveaux acteurs. Il peut s'agir ici des galeries, des musées, des collectivités ou encore des usagers de la ville qui jouent alors un rôle qui peut être proactif pour aiguiller le futur de ces pratiques et leur utilité pour l'attractivité d'espaces communs⁵⁰.

Pour élargir notre pensée, il est alors crucial de comprendre si les nouveaux réseaux de lieux et d'événements construits par ces nouvelles pratiques sont traduisibles par de nouveaux regroupements d'acteurs ou de nouveaux produits ou au contraire reflètent des offres plurielles et parfois difficilement identifiables.

B. Le tourisme urbain autour de l'art urbain et contemporain, entre diversification des acteurs et déconcentration des produits touristiques du centre parisien ...

Les promenades visent à mettre en tourisme la métropole en la redécouvrant par des itinéraires thématiques et pédestres autour de l'art contemporain et urbain sur les territoires étudiés (canal de l'Ourcq, canal Saint Denis, 18^{ème}, 19^{ème} et 20^{ème} arrondissement). Ces déambulations urbaines et pédestres invitent le touriste à découvrir le territoire d'une autre manière, où la place du guide, du récit et du dialogue permettront de valoriser les richesses artistiques, culturelles et urbaines du Grand Paris. La valorisation et la promotion d'un tourisme « hors des sentiers-

⁴⁹ https://www.lexpress.fr/actualite/paris-xxe-des-elus-amateurs-de-street-art_1226594.html

⁵⁰ Mazenc Loïc. *Le Street Art, ou l'institutionnalisation problématique d'une pratique contre-culturelle*. Mémoire de M1 RES 2014-2015, Université Jean Jaurès. 98 pages.

battus, à la découverte de l'ordinaire » s'inscrit également dans les demandes et les pratiques des touristes urbains. Ces touristes, qui effectuent généralement des « city-breaks » sont également à la recherche de nouvelles initiatives et pratiques touristiques qui leur permettraient de découvrir leur égo dans un autre quotidien comme nous l'avons souligné précédemment avec l'expérience Background. L'art contemporain et urbain serait alors pour eux une pratique touristique qui leur permettraient de rentrer en résonance avec leurs propres conceptions du temps et du quotidien⁵¹. Au-delà des acteurs institutionnels (Office de Tourisme de Paris, de Plaine Commune, CDT93, IREST, ExploreParis, EnlargeParis), qui accompagnent, plus qu'ils n'impulsent la touristification de produit urbain, de nombreuses associations et agences événementielles comme Fresh Street Art Tour, Thom Thom ou Mur93 facilitent celle-ci. Ainsi, par exemple, pour Plaine Commune, au-delà des expériences insolites au sein des activités touristiques classiques, toute une programmation concerne les découvertes urbaines. En faisant le benchmark de ce qui est proposé par les acteurs publics et privés pour le street art, on peut citer notamment la visite de la street art avenue (proposée par Explore Paris pour 13 euros), la visite de Saint-Denis, passion street art (proposée par l'Office du tourisme pour 8 euros), le parcours d'art urbain Fenêtres sur Rue proposé par Saint-Denis pour 8 euros ou encore la découverte des grandes fresques murales d'Aubervilliers sur Plaine Commune par exemple. Pour les parcours d'art urbain concernant l'art dans la ville et contemporain, on peut notamment citer les balades urbaines autour de la visite de la Maladrerie d'Aubervilliers et de la rencontre de ses artistes, la découverte du 6B avec son restaurant et ses événements artistiques durant la semaine, la découverte de Carbone 17, espace d'exposition auto-géré à Aubervilliers, la découverte de la Villa Mais d'Ici, friche urbaine d'Aubervilliers lors de festivals, la découverte du Mob Hotel et son restaurant dans les anciens locaux de General Electrics ou encore la découverte du Landy Sauvage, une salle de spectacle autogérée à Saint-Denis.

De nombreux sites témoignent de la diversité de l'offre touristique au-delà de Paris, depuis les Pucés de Saint-Ouen jusqu'au galeries internationales d'art contemporain de Larry Gagorian au Bourget et Thaddaeus Ropac, en passant par le Musée d'Art et d'Histoire à Pantin. Est Ensemble impulse également à travers son dispositif TempO l'expression d'initiatives plus originales et porteuses de sens pour des espaces transitoires en attente d'aménagement. Cela a alors permis de créer de lieux de rencontres dans la ville lancés notamment par des associations

⁵¹ Maitland Robert. Dans *International Journal of Tourism Research*, 2008, vol. 10, pages 15-20; Maitland Robert. Dans *Procedia - Social and behavioral Sciences*, 2013, vol. 105, Pages 12-19.

comme Soukachines qui a réaménagé à partir de 2016 la Halle Papin à Pantin ou les Salaisons au Pré Saint-Gervais qui, dès l'été 2019, ont proposé des concerts, des expositions, des spectacles. Comme pour le 6B, ces espaces proposent des coins de travail à des artistes, des associations et des jeunes entreprises. D'autres événements, comme le Nobobob Graff sont organisés pour sensibiliser les habitants de la ville de Bondy au projet d'aménagement de son pont. Ainsi, par exemple, le street-artiste Bash, très présent sur le secteur a participé avec une classe d'un lycée de la ville à découvrir les projets urbains à venir et sur le patrimoine street-art.

Les 18, 19 et 20^{èmes} arrondissements sont des terrains de jeu appréciés par les artistes urbains et les cultures urbaines. Les œuvres des artistes les plus en vogue du street art se succèdent en effet, par exemple de la rue Dénoyer au Belvédère de Belleville. Ce sont des toiles à ciel ouvert, qui sont constamment renouvelées par les street artistes. On peut aussi admirer les nombreuses mosaïques décorées par les riverains, on retrouve autour de celles-ci des fresques, des moulages de Grégos ainsi que les iconiques enfants que Seth a dessinés sur les poteaux ou encore Cyclop. On retrouve aussi le travail de Codex Urbanus et de ses animaux chimères ou Me Paris pour ses personnages célèbres ou du célèbre Fred le Chevalier ou des Space Invaders dans le 18^{ème} arrondissement⁵². Dans le 19^{ème} se trouvent également des lieux hybrides comme le 104. Cette plate-forme artistique collaborative est un lieu où se déploient les pratiques artistiques urbaines et populaires des nombreuses associations du 18^{ème} et du 19^{ème} arrondissements. Enfin, d'autres friches urbaines comme la Station Gare de Mines côtoient des œuvres de street art ou la friche l'Aérosol accueille du street art et des cultures urbaines que l'on peut retrouver également du côté de la rue d'Aubervilliers ou de l'avenue de Flandres ou de la rue de l'Ourcq.

⁵² <https://streetcountdown.paris/category/le-street-art-du-20e-au-1er/le-18e/>

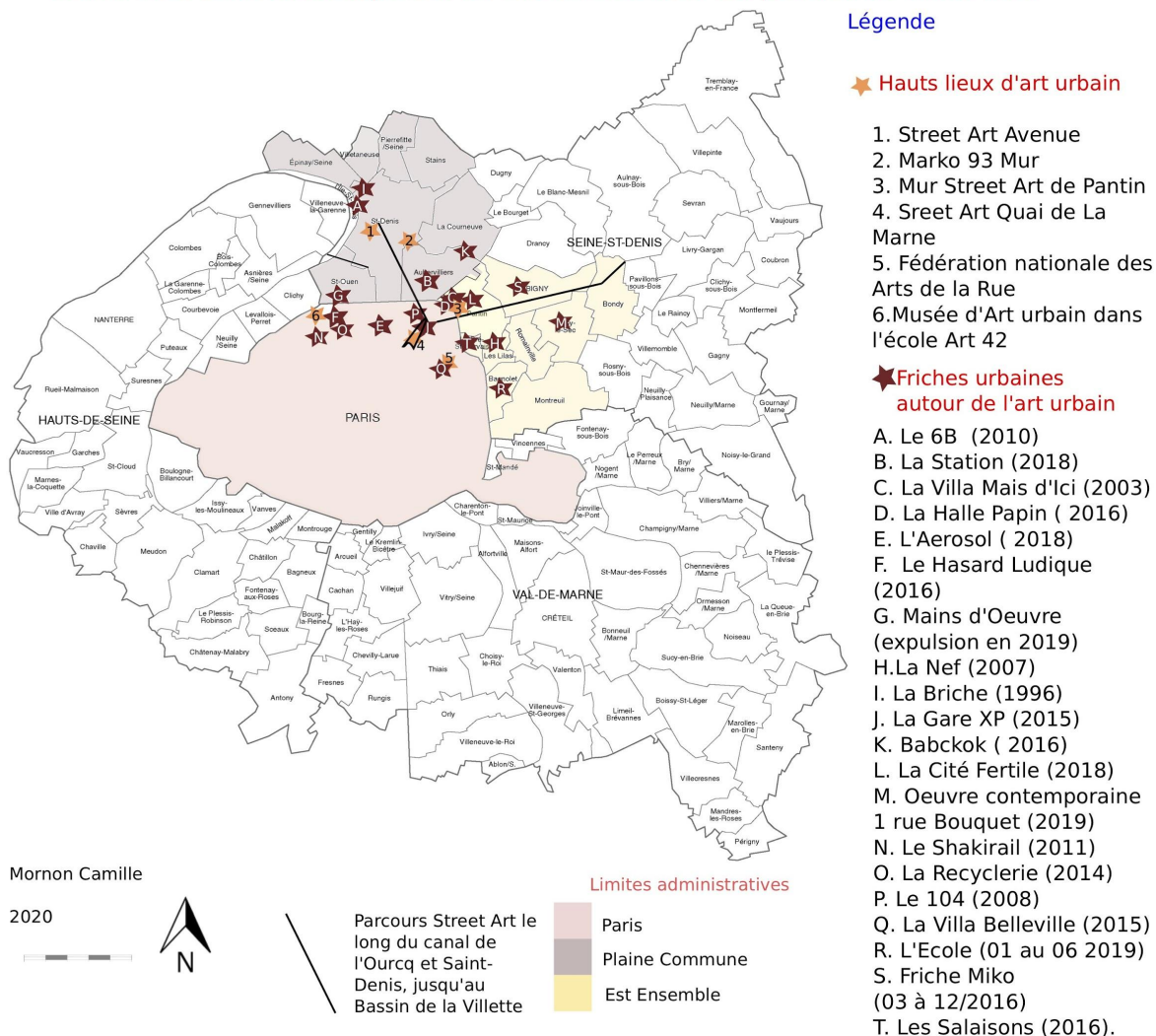


Photo de l'Aérosol issue du Guide du Routard (Août 2017)

Fort de ce développement et de sa place de plus en plus importante dans la société, le premier musée de street art a ouvert ses portes dans le 17ème arrondissement⁵³. L'ensemble de ces richesses évoluent avec la fabrique de la ville et l'usage des lieux publics. La carte numéro 1 présentée ci-dessous présente de manière non exhaustive mais significative un ensemble de hauts lieux d'art urbain et contemporain marquant ou ayant marqué le territoire.

⁵³ <http://www.art42.fr/en/home.html>

Schéma de localisation des divers hauts lieux d'art urbain et des friches urbaines en lien avec cette thématique sur les territoires du nord-est parisien du Grand Paris



Carte numéro 1

Face à la richesse de ces quartiers en termes de programmations artistiques autour des cultures urbaines et de la touristification des œuvres sur le thème de l'art dans la ville (notamment le street art), la complexité des échelles territoriales rend difficile à première vue la cohésion des projets et leur connexion. Il est alors question de définir ces projets dans l'espace afin d'interroger la place, le rôle et la gouvernance des acteurs par la suite dans un espace urbain aux définitions plurielles (de l'arrondissement, au quartier, à la ville, au territoire métropolitain).

C. ... Mais des frontières administratives qui peuvent entraver la cohésion des acteurs (le concept de périphérie et de banlieue : des définitions territoriales à interroger, une contrainte pour le développement) ?

Penser ici le tourisme à l'échelle de la métropole renvoie aux pratiques de polarisation et de diffusion spatiales, entre le centre et la périphérie, supports de pratiques touristiques multiformes. Le centre et la périphérie sont des notions géographiques souvent utilisées pour décrire l'opposition faite dans un système urbain entre deux types de lieux fondamentaux. Le centre, par sa position, serait celui qui commande tandis que la périphérie, quant à elle, subirait les décisions du centre. Ce concept s'appuie notamment sur le fait que le centre et sa périphérie, ici à l'échelle de l'agglomération et à l'échelle métropolitaine, se développent sur des relations mutuelles, bien que dissymétriques (solde déséquilibré des flux comme le souligne la personne au poste pour la Stratégie Tourisme 2022 à la Ville de Paris, docteure en Géographie, spécialité Culture et Tourisme : *“Le tourisme pose problème dans les quartiers centraux, comme on a plus la place. Par ailleurs, comme on n'a plus d'hébergement à Paris, les nouveaux hébergements sont tous au niveau du périphérique ou delà. Par conséquent, il est évident que le développement touristique est métropolitain.”*. De l'autre côté du périphérique, on ne l'entend pas forcément de la même manière, parce que ces territoires veulent diffuser une image particulière. Or le positionnement de Plaine Commune est similaire à celui qu'on retrouve dans les 18/19 et 20^{èmes} arrondissements, donc il n'y a pas cohérence de destination. En termes de promotion, même s'il est bien que ces structures recensent leur offre au niveau du conseil général du département, elles ne peuvent pas rester centrées sur leur département. *« Si ce n'est pas Paris qui recense l'offre dans le 93, les gens n'iront pas. »*, ... », y compris dans le secteur du tourisme. Toutes choses étant égales, certaines activités cherchent à se trouver le plus près du centre pour profiter de ses avantages et de son accessibilité ⁵⁴. Nonobstant le fait que le système s'autorégule, le centre reproduit et profite des avantages de celui-ci. A l'heure du Grand Paris et du « faire métropole », la volonté des acteurs publics est d'inclure les périphéries pour réduire les fractures socio-spatiales et les freins psychologiques qui y sont associés. Les arrondissements de l'est-parisien gentrifiés et les communes de la Petite Couronne de Paris possèdent des avantages : prix du foncier, surfaces disponibles, périphériques et aéroports à proximité, structures urbaines alternatives, passé historique ouvrier marqué politiquement porteur d'une identité singulière et dont les traces physiques (usines, ...) sont utilisées à des

⁵⁴ Gaschet Frédéric, Lacour Claude. Dans *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* 2002/1, pages 49 à 72.

fins touristiques vis à vis d'une offre culturelle et de loisirs⁵⁵. La Couronne, quant à elle, est définie par l'INSEE comme le territoire recouvrant l'ensemble des communes de l'aire urbaine à l'exclusion de son pôle urbain. Ce sont des communes où au moins 40% des actifs résidents travaillent dans le pôle ou les communes attirées par celui-ci. Le territoire de la Petite Couronne d'Ile-de-France se compose de trois départements : les Hauts-de-Seine, la Seine-Saint-Denis et le Val de Marne et compte 37% de la population d'Ile-de-France sur 123 communes pour une superficie de 657 km² ⁵⁶

Le territoire métropolitain s'entend ainsi comme une valeur de positionnement renforçant la ville et ses territoires périphériques en tant que destination. ⁵⁷ Ainsi, le contrat « Paris, la ville augmentée » réunit en particulier, en dehors des acteurs de l'État, Atout France, des acteurs du tourisme parisien (OTCP), de la petite couronne de Paris (les CDT du Val-de-Marne, de la Seine-Saint-Denis et des Hauts-de-Seine), la RATP (Régie autonome des transports parisiens), car le rôle du métro est crucial pour l'accessibilité de la proche périphérie parisienne, le Welcome City Lab, qui est la pépinière des *start-up* tourisme de la Ville de Paris et l'Institut de recherches et d'études supérieures du tourisme (IREST) de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, pour les aspects recherche. L'ensemble de ces acteurs travaillent sur des territoires divers qui peuvent rendre difficile leur cohésion dans un projet commun de mise en tourisme effectif des territoires périphériques comme le souligne encore la personne au poste pour la Stratégie Tourisme 2022 à la Ville de Paris, docteure en Géographie, spécialité Culture et Tourisme “ *La ville de Paris a des difficultés à travailler avec le 93, dont elle a cependant besoin pour des stratégies de régulation dans le contexte d'un trop plein de tourisme de masse, [...]Sinon, il y a des actions qui ont été mises en place pour métropoliser tout cela, c'est par exemple le contrat de destination Paris Ville Augmentée, qui marche difficilement, mais qui marche quand même*”. En effet, le processus de métropolisation et production de nouvelles périphéries par densification et étalement⁵⁸ tend paradoxalement à générer et à accélérer les logiques de renforcement de la centralité et peut accentuer les hiérarchies établies et les structurations spatiales existantes⁵⁹. François Ascher développe ainsi le concept de métapoles pour caractériser ces vastes territoires urbains distendus, hétérogènes, polynucléaires, autour desquels s'organisent la vie urbaine, domestique et économique. Les nouvelles technologies de

⁵⁵ Corbillé Sophie. Dans *Quaderni* 2010/3, 73, pages 75 à 88.

⁵⁶ <https://www.cig929394.fr/public/emploi/panorama-petite-couronne>

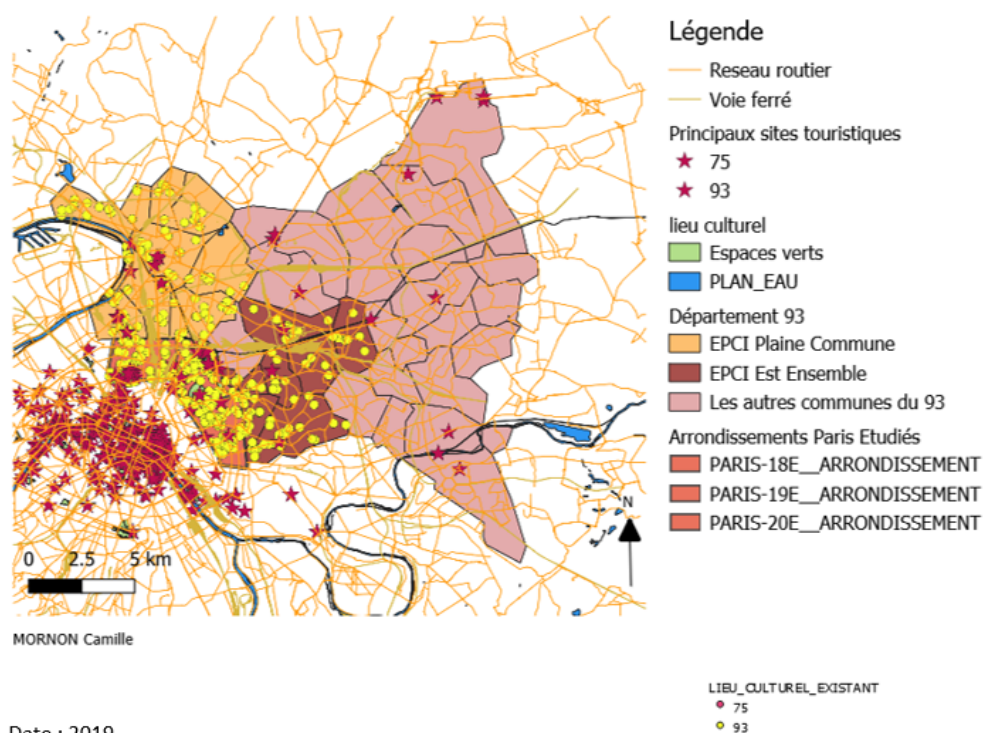
⁵⁷ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages.

⁵⁸ Ascher François. *Métapolis ou l'avenir des villes*. Ed Odile Jacob, Paris, 1995, 350 pages.

⁵⁹ Gaschet Frédéric, Lacour Claude. Dans *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* 2002/1, pages 49 à 72.

l'information et de la communication renforceraient la diminution des frontières urbaines, culturelles et politiques. L'étalement urbain et la densification parisienne participent donc à la production de nouvelles périphéries, qui pourraient être intégrées dans la métropole parisienne puisqu'elles constituent « un ensemble d'espaces dont tout ou partie des habitants, des activités économiques ou des territoires sont intégrés dans le fonctionnement ordinaire et quotidien d'une métropole »⁶⁰. En pratique, malgré une légère disparition des frontières notamment autour de la Villette pour passer de Paris au 93, les flux touristiques sont concentrés sur les quartiers parisiens. La Chargée de la Stratégie tourisme à la ville de Paris m'avait ainsi dit lors de mon entretien que *“La difficulté du 93, c'est que personne n'y va, alors qu'il y a beaucoup d'hébergements touristiques”* ainsi que de nombreuses ressources à valoriser. Comme l'indique la carte ci-dessous, il est vrai qu'au niveau des établissements culturels, que ce soit au niveau des EPT ou des arrondissements de mon terrain de recherche, la distribution spatiale est équilibrée alors qu'on perçoit bien l'inégalité de répartition des sites touristiques.

Carte des principaux sites touristiques et lieux culturels présents sur les territoires de Paris, des arrondissements de l'est parisien et des deux EPCI



Carte numéro 2

⁶⁰ Ascher François. *Métapolis ou l'avenir des villes*. Ed Odile Jacob, Paris, 1995, 350 pages.

Ces périphéries ont cependant des avantages, par leur position géographique: le prix du foncier urbain disponible est plus attractif comme me l'avait dit une responsable du 6B lors de mon atelier de terrain. Ces territoires présentent également des formes urbaines permettant de proposer un tourisme expérientiel et insolite face au tourisme de masse et favorisant la métropolisation. Le canal Saint-Denis en est un bon exemple puisque celui-ci est impulsé par des acteurs associatifs puis supportés par les acteurs publics. Ainsi, le projet la Fabrique de rêve sur le canal Saint-Denis pour le street art côté Plaine commune continue autour de la Villette. Le FestiWall, organisé par l'association « De l'Amour et des Murs! », la Galerie d'Art Urbain The Wall et la Mairie du 19ème arrondissement de Paris favorisent aussi la promotion de leurs œuvres de l'autre côté du "mur" périphérique.

Les stratégies développées par les acteurs doivent ainsi contrer les problématiques liées au processus de métropolisation en s'appuyant sur ses aménités, qui doivent tout de même être relativisées au regard de l'attractivité symbolique du centre. Un des buts de la stratégie des acteurs publics est de favoriser un développement économique endogène, bénéfique aux acteurs locaux et aux habitants de ces territoires périphériques (c'est le rôle pour plusieurs secteurs de l'Arc de l'Innovation). Pour la personne chef de projet à l'Arc de l'Innovation comme pour la chargée à la Stratégie Tourisme 2022 à la Ville de Paris, le tourisme passe par du développement territorial : *“Dans le 93, ils revendiquent un tourisme hors des sentiers battus. Ce qui nous intéresse, c'est d'avoir avant tout une satisfaction des usagers, habitants, puis ensuite une valorisation touristique.”* C'est pourquoi la stratégie tourisme est incluse dans le pôle développement local pour Plaine Commune. La culture est un fait en soi, le développement territorial passe lui par le tourisme. Comme me le disait la chargée de la Culture de Plaine Commune, la culture s'intègre cependant aux projets d'aménagement *“Cette démarche a été ouverte un peu plus largement dans un périmètre qui consiste à interroger la place de l'art et de la culture dans tous les projets que peut mener Plaine Commune dans ses compétences (aménagement, espace public, développement économique)”*,

Cette situation peut permettre de réduire le rapport inégalitaire perçu entre centre et périphéries et à terme entraîner des inversions de polarités. Il serait dès lors intéressant d'étudier par le prisme du développement des projets d'art contemporain et urbain les dynamiques en cours pour réduire les rapports inégalitaires entre ces territoires.

La création de produits, de pratiques et de lieux spécifiques à l'art urbain et contemporain au sein de ces territoires a une finalité d'attractivité en aménagement de ce territoire, notamment

auprès des habitants de Paris et de Seine-Saint-Denis. Le nord-est parisien possède en effet de nombreuses richesses touristiques et culturelles permettant la création de nouveaux territoires touristiques urbains, qui sont soit intégrés ou co-crésés dans les stratégies d'aménagement des acteurs institutionnels pour la mise en destination en parallèle du tourisme monumental un tourisme plus quotidien, insolite et mouvant. Ici, la volonté des acteurs est dépasser la dichotomie classique que l'on peut retrouver entre l'habitant et le touriste en mettant en avant les pratiques de l'urbanité contemporaine. Il faut alors définir qui sont les nouveaux opérateurs touristiques et qui sont les prescripteurs qui participent à la construction métropolitaine au regard du tourisme métropolitain, diversifié dans ses activités et dans ses expériences face au tourisme classique du patrimoine monumental et des activités dites romantiques de la capitale.

Pour conclure, la toile de l'art urbain et contemporain, c'est d'abord les grandes villes. Les créations sont en partie liées à l'environnement architectural qui leur sert d'arrière-plan. C'est pourquoi, les territoires interstitiels constituent le fer de lance du développement de cet art, le cas parisien l'illustre bien.

Dans cette seconde partie, il s'agit alors de questionner les richesses en termes d'art de la ville et d'art contemporain dans la ville et l'évolution de l'image territoriale face à leur présence et leur utilisation.

Partie 2: La création de produits touristiques et de lieux spécifiques à l'art urbain et contemporain; une image territoriale valorisée et vulgarisée sur les territoires limitrophes du nord-est de l'agglomération parisienne

Le tourisme urbain connaît une croissance qui s'accompagne d'un changement des pratiques motivé par la volonté de découvertes des réalités urbaines plurielles, qui ne s'arrête pas aux grandes attractions touristiques. Les espaces modelés par l'activité touristique autour de l'art urbain et contemporain sont alors le reflet de la diversité des clientèles et des pratiques qui vont, au Bourget, des balades urbaines aux expositions d'art urbain⁶¹. Par exemple, C215 a investi la ville du Bourget et son musée national de l'Air et de l'Espace avec des œuvres de street art produites au pochoir dans l'espace urbain et les cimaises du musée, représentant les figures marquantes de l'histoire de l'aéronautique et de l'aérospatiale. La production d'un parcours entre la ville et le musée tend à proposer et à reconfigurer les pratiques touristiques classiques en faisant des aménagements urbains des supports d'art permettant la liaison avec des musées plus classiques. L'art urbain devient alors le support pour la valorisation et la vulgarisation de la culture (ici des personnages historiques) en permettant de faire passer et de lier l'art et la culture entre les espaces urbains quotidiens (de la gare RER au cœur de ville) et les grands aménagements comme le Bourget à l'échelle du Grand Paris. Aborder alors cette thématique dans sa dimension métropolitaine nécessite d'explorer les mixités d'usages des lieux, leur coexistence et leur complémentarité.

Par l'intermédiaire de cet exemple, nous nous intéresserons donc aux richesses touristiques et culturelles du nord-est parisien pour y définir les lieux et les produits touristiques autour de l'art urbain et contemporain et de décrire les grandes dynamiques communes dans la production des produits touristiques et des pratiques qui y sont associées. Nous analyserons si ces produits et les pratiques qui y sont associées sont vraiment singulières sur le territoire ou si celles-ci sont instrumentalisées voire coproduites pour développer le marketing territorial.

⁶¹ <http://www.urbanarts.fr/la-legende-des-cieux/>

Chapitre 3: Le nord-est parisien, quelles richesses touristiques et culturelles pour le Grand Paris? Couloirs, interstices et nouveaux territoires touristiques urbains

L'art dans l'espace public présente des enjeux importants pour l'agglomération parisienne, d'un point de vue touristique mais aussi social et démocratique. Ici, le but est de rendre l'art accessible mais aussi de permettre la reconnaissance de l'artiste et de son rôle dans l'espace public. Les artistes ont en effet un rôle pour contribuer à la transformation de la ville. Une nouvelle géographie est alors en cours, elle permet de faire émerger des lieux touristiques plus atypiques, des "tiers-lieux" qui ne figurent pas forcément dans les guides touristiques classiques. Par exemple, la Villa Mais d'Ici est une friche qui contribue à l'identité d'Aubervilliers mais n'ouvrent que ponctuellement. C'est un lieu de création à l'échelle de l'Île de France, avec de grande marque. Pour l'Animatrice de l'architecture et du patrimoine de Rouen, ingénieure en systèmes urbains de formation et membre du conseil d'administration de la Villa Mais d'Ici : *"C'est aussi un lieu d'ouvertures au public, pour les restitutions ou les gros événements (une dizaine), une carte blanche sur un week end..."*, il s'inscrit auprès d'autres tiers lieux qui ont aussi beaucoup d'initiatives pour le développement du territoire de manière plus ou moins conventionnelle (le 6B commence par exemple pour le tourisme d'affaire).

Sur le territoire parisien, l'art dans la ville est issu d'initiatives plurielles et multiples (publiques, privées et/ou spontanées). Ces richesses peuvent être le fruit d'interventions isolées ou s'inscrire de plus en plus souvent dans le cadre de projets structurants. Les interventions d'art pour la fabrique de la ville sont tout de même sensiblement spécifiques, puisqu'elles s'inscrivent dans un environnement précis, dans un espace partagé sur un territoire qui a d'autres fonctions.

Ces richesses, avant d'être touristifiées voire commercialisées, sont en premier une signature sur un espace commun et sur un territoire, ces œuvres déclenchent alors toujours un sentiment vis à vis de l'utilisateur de l'espace public, celles-ci pouvant être rejetées, laisser indifférent ou encore susciter l'enthousiasme. Selon l'Animatrice de l'architecture et du patrimoine de Rouen : *"Il y a une plus-value sur le territoire et on a le soutien des collectivités (Ville, Plaine commune, Département, Région). Il y a des dispositifs, des aides pour les lieux intermédiaires. La région et le département donnent des aides pour le fonctionnement."*

Ces interventions artistiques sont multiples, du fait déjà de leur fonction ou leur intention de départ (hommage, usage, requalification, signe ou interpellation)⁶². Ces intentions peuvent alors être reprises par les autres acteurs pour qualifier un espace en termes d'aménagement commun qui peut favoriser sa touristification. Ici, nous nous intéresserons tout particulièrement aux fonctions données par les acteurs au-delà de l'intention de départ de l'artiste pour la requalification d'un espace pouvant aller jusqu'à sa touristification.

A. Les territoires et leur singularité vis-à-vis des richesses territoriales et des concepts développés

Sur la métropole, les interventions artistiques dans la ville sont de différentes nature. On peut notamment citer les œuvres ayant une fonction d'usage. Ainsi, la peinture au sol, nommée aussi Street Lighting, ou le Street Art sur les murs sont utilisés en attente d'un aménagement ou pour requalifier un espace. Il en est de même pour les friches urbaines qui sont à l'origine temporaires et qui ont pour but d'optimiser l'utilisation de l'espace sur des territoires densifiés. Avant la singularité des projets, on retrouve donc la volonté d'aménager de manière transitoire ou durable par le levier de l'art urbain ou contemporain. Malgré le fait que ces projets n'ont pas une vocation touristique, ils contribuent à améliorer les aspects de la ville et la qualité de vie des quartiers. Pour illustrer ces propos, nous allons discuter de trois projets qui sont réalisés sur mes terrains d'enquête et qui participent à qualifier les espaces de la ville par l'art contemporain et urbain en y intégrant une dimension collaborative s'inscrivant dans tout ou partie des étapes de la vie d'une œuvre.

Dans le 20ème arrondissement de la ville de Paris a été ainsi développé un projet dans le contexte de réaménagement d'une voie, auparavant vouée à la circulation et devenue piétonne dans l'attente d'un réaménagement de l'espace public. La mairie a alors souhaité une intervention temporaire en s'appuyant sur les fonds municipaux dédiés à l'art contemporain de la Ville de Paris. Ainsi, les huit lignes colorées de l'œuvre de Lang et Baumann ont été tracées au sol (illustration ci-dessous). Des formes géométriques et des couleurs vives furent utilisées. Les codes sont bousculés en proposant ainsi une extension colorée, poétique et utopique de l'espace public en dialoguant avec le public.

⁶² Kisselva Olga (dir/éd). *Art et territoire*. Coll. Arts Plastiques. Ed. de la Sorbonne, 2018, 142 pages.

[Vols](#) [Hôtels](#) [Voitures](#) [Activités](#) [Séjours](#) [Bons Plans](#) [Offres](#)


[DESTINATIONS](#) [INSPIRATIONS](#) [FORUMS](#) [PHOTOS](#) [UN ÉTÉ EN ALSACE](#)

Photos de voyage > Paris > 20ème arrondissement


Partir à Paris [Itinéraires](#) [Incontournables](#) [Pratique](#) [Carte](#) [Forums](#) [Photos](#) [Réserver](#)

Rue insolite

[f](#) [t](#) [e](#) [s](#) 651 Vues



Rue colorée.(oeuvre éphémère des artistes de street art suisses: Baumann et Lang) Place Martin Nadaud.

 **Jan-clod**
18038 photos

Mars 2014
© Tous droits réservés

Paris > 20ème arrondissement

PARTIR À PARIS

TRANSPORT

- > Trouver un **billet d'avion**
- > Location de **voiture** à Paris

HÉBERGEMENT

- > Réserver un **hôtel**
- > Louer un **appartement**
- > Trouver une **location entre particuliers**
- > Réserver une **chambre d'hôte**
- > Rechercher des **auberges de jeunesse**
- > Rechercher en **camping et mobil home**
- > Échangez votre **logement**

SUR PLACE

- > Réserver votre **activité**
- > Réserver un **dîner croisière**


À GAGNER

1 SEJOUR AU VERT EN BELGIQUE !

Wallonia.be [JE PARTICIPE](#)

Concours Changer d'air en Wallonie

Alsace, terre de châteaux forts



BESANCON




Illustration d'une œuvre éphémère de street art de Lang et Baumann, issue du site du Guide du Routard

Ce travail d'aménagement, en utilisant des formes géométriques et colorées fut aussi utilisé par les street artistes Opéra et Taroe. La discussion avec les deux-street artistes avait notamment pour but de connaître leur motivation et le rapport de l'artiste à ces appels à projet. Ceux-ci ont remporté un appel à projet lancé par la mairie de Pierrefitte et ont réalisé en 2019 une fresque colorée et graphique sur un escalier qui était la cible de vandalisme (photographies ci-dessous).



Affiche de la Mairie de Pierrefitte-sur-Seine pour annoncer le projet de requalification urbaine par l'intervention artistique de deux street artistes Opéra et Taroe



Intervention artistique de deux street artistes Opéra et Taroe



Photographie de la fresque en cours de réalisation en automne 2019

Ce travail s'inscrit dans un grand plan de requalification du centre-ville de Pierrefitte sur Seine, comme me l'a expliqué la Chargée de rénovation urbaine que j'ai interviewé du centre-ville-de Pierrefitte-sur-Seine fraîchement nommée à ce poste à l'automne 2019. Les artistes avaient pris

en compte les considérations des habitants lors de l'appel à concertation lancée par la Mairie. Ils avaient ainsi ajouté dans leur fresque le tramway qui passait anciennement à Pierrefitte-sur-Seine. J'ai par la suite rencontré les street artistes en plein travail afin de leur poser des questions sur leur motivation et sur la portée symbolique et sociale de leur travail. Ceux-ci m'ont alors expliqué qu'ils se produisaient à l'international et qu'ils répondaient souvent à des appels à projet. Sur ce territoire, leur motivation fut aussi de pouvoir s'exprimer sur plusieurs supports (en l'occurrence ici un escalier) et que leur projet était participatif dans le sens où celui-ci a évolué suite à une réunion publique qui a permis de savoir ce que les pierrefittois voulaient voir sur la fresque. Ainsi, les artistes étaient en train d'intégrer le tram, aménagement historique, dans le dessin plus conceptuel et figuratif de leur œuvre.

En 2019 également, un autre street artiste, Bash, a réalisé en coopération avec une classe du lycée Madeleine Vionnet à Bondy deux fresques dans le cadre d'une après-midi d'information organisée par Est Ensemble sur les projets d'aménagement de ce secteur du pont de Bondy.

D'autres projets ont, quant à eux, un rôle de sensibilisation à l'environnement ou au territoire dans lequel les personnes vivent et se déplacent ou encore visitent. Ainsi, l'exposition à ciel ouvert "Fenêtre sur Rue" a eu pour but de mettre en avant la diversité culturelle du territoire par l'image de ses habitants qui sont peints sur les murs. D'autres projets, comme des infrastructures en matériaux de récupération, sont en cours de réflexion afin de sensibiliser l'ensemble de la population à l'écologie. Ce thème est aussi repris par les soeurs Chevalme ou Marko93 dans les fresques du Canal Saint Denis. Ces quelques exemples soulignent alors les différents usages des projets d'art urbain qu'ils soient d'ordre fonctionnel ou esthétique, interpellant le public à différents niveaux. Toutes ces œuvres, quelle que soient leur nature ou leur fonction *in fine*, s'inscrivent souvent dans le cadre de grands projets d'aménagements urbains structurants. Ces projets sont alors insérés dans une démarche de plus grande envergure, menée en étroite collaboration avec de nombreux acteurs, c'est ce que nous soulignerons dans le prochain chapitre.

B. La création d'événements autour du street-art et de l'art urbain et la place des friches au sein du développement culturel et touristique des territoires du nord-est parisien.

Les friches ont aussi des initiatives au-delà de leurs murs. Ainsi, le projet "la fabrique des rêves" initié par le 6B, en accord avec la promotion par l'office du Tourisme Plaine Commune Grand Paris, et supporté par Plaine Commune et les villes de Saint-Denis et d'Aubervilliers, a pour

but le développement artistique du canal en faisant des murs sur cinq kilomètres le support de l'art. Ces œuvres se développent au sol, une pratique nommée "Street Painting"⁶³ (Astro sur la place de l'écluse, Ambroise ou encore Victor dans la courbe du Cornillon par exemple), sur les murs (les sœurs Chevalme sur les murs de Truffaut, par exemple), les bâtiments industriels (silos Cemex par Guate Mao ou No Rules Corp sur la maison de l'écluse) et sur les piles des ouvrages qui franchissent le canal (Alexandra Arango et Zdey sous l'A86 ou Rébus sous l'A1). De nombreuses œuvres de street art comme celles de Dacruz, Thom Thom ou encore Artof Popof ont ainsi réussi à marquer ce territoire de leurs pattes au cours des années. Ce développement s'inscrit dans des initiatives culturelles et urbaines pour renforcer la place du street art sur ces territoires. En parallèle, des galeries comme l'Amarrage Art Gallery⁶⁴ se sont implantées et se sont développées sur ces territoires.

La création d'événements street art s'inscrit alors dans une démarche d'appropriation de lieux par les street artistes afin de faire du patrimoine industriel un emblème de leur culture. Ainsi, en 2012, les street artistes de l'association Podama ont répondu au défi lancé par le Tourisme en Seine-Saint-Denis pour graffer un bâtiment industriel de Pantin. L'artiste JR a quant à lui été un des artistes les plus cruciaux pour le développement des projets artistiques autour du Canal de l'Ourcq à partir de 2013. En 2014, d'autres événements autour de l'art dans la ville ont été proposés pour connecter Paris 19ème à Aulnay-sous-Bois. 30 artistes urbains y avaient proposé de nombreuses interventions artistiques durant une journée. Pour Est-Ensemble, le festival "Kosmopolit" a également lieu. Des artistes comme C215, Orus, THTF ou encore Skio ont investi ce territoire afin de proposer de nombreuses œuvres faisant de Bagnolet un des hauts lieux du street art dans le 93. Sur Paris, dans le 19ème, le travail d'Atlas, qui joue avec la calligraphie, fut exposé en 2019 lors de l'exposition "Mon voisin est un artiste".

Ces différentes formes d'événements sont réalisées dans leur ensemble conjointement avec les acteurs présents sur le territoire, avec d'une part les friches urbaines et d'autre part les galeries d'art urbain, que l'on peut retrouver notamment aux Puces de Saint-Ouen.

⁶³ Kisselva Olga (dir/éd). *Art et territoire*. Coll. Arts Plastiques. Ed. de la Sorbonne, 2018, 142 pages.

⁶⁴ <https://uk.tourisme93.com/amarrage-art-gallery.html>

C. L'art et sa valorisation symbolique et sociale, quand les friches sont réappropriées, voire créées à des fins de promotion d'une identité fantasmée et singulière

“Les friches, c'est hyper bien, cela a un intérêt local, cela ne mixe pas hyper bien la population, car cela reste des bobos, mais au moins on est dans une forme d'événementiel” (tiré d'un entretien avec la personne en charge du Plan Tourisme 2022 à la Ville de Paris)

La “géographie de l'art” est un domaine de recherche et d'intervention récent alors que depuis les années 70, des lieux culturels hybrides et de nouvelles formes de pratiques émergent. Dans les années 80, des politiques culturelles décentralisées se sont mis en place pour affirmer l'importance de cette culture dans les mutations urbaines⁶⁵. C'est aussi ce que m'expliquait la doctorante CIFRE à la Mairie de Paris et au Lab'Urba lors de mon entretien avec elle ; elle travaille sur ces questions de tourisme plus alternatif incluant l'art dans la ville et l'art contemporain et m'expliquait que c'était un des axes de recherche des politiques publiques dans un contexte de mutation urbaine et d'accueil des Jeux 2024.

En effet, ces lieux se définissent comme des lieux de transaction représentationnelle, l'artiste y est en interaction avec les autorités culturelles, les acteurs publics et les populations cosmopolites qui résident sur ces territoires. Les anciens sites industriels sont devenus des territoires stratégiques pour l'implantation des lieux liés à l'action culturelle. Ces surfaces vastes, facilement aménageables et à faible loyer sont des opportunités pour favoriser une action culturelle, y compris pour l'art contemporain⁶⁶. Cette dynamique et cette diversité des formes urbaines et lieux d'accueil se retrouve notamment dans les villes de Saint-Denis, d'Aubervilliers, de Saint-Ouen, sur Pantin ou dans le 18^{ème} arrondissement.

Les lieux culturels, qui s'appuient souvent sur la requalification des friches, deviennent des repères et permettent la valorisation d'un territoire.

Les friches industrielles utilisées pour des usages culturels ont différentes échelles, ainsi que différentes situations de gestion. Ainsi sont rencontrées des grands sites comme des anciennes manufactures de la première couronne insérées dans le tissu de banlieues (La Villa Mais d'Ici),

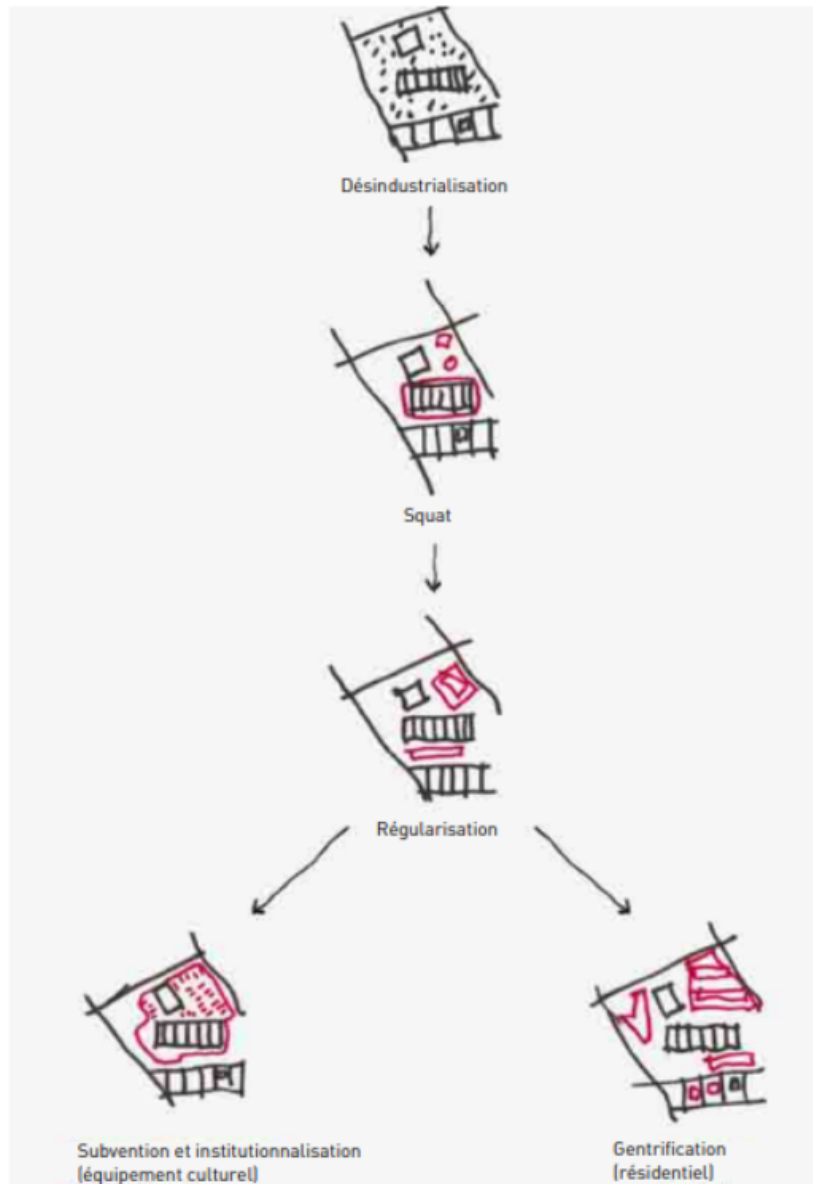
⁶⁵ Kisselva Olga (dir/éd). *Art et territoire*. Coll. Arts Plastiques. Ed. de la Sorbonne, 2018, 142 pages.

⁶⁶ *Vers des lieux hybrides*. Seura Architectes / David Mangin. Atelier International du Grand Paris, 27 juin 2016, 25 pages ([document téléchargeable](#))

des zones d'activités en semi-abandon ou en abandon (Le 6B) ou encore des lieux artistiques créés (Les laboratoires d'Aubervilliers).

Depuis un demi-siècle, les friches urbaines sont utilisées pour les activités culturelles, à l'image des squats berlinois. Avec le temps et l'augmentation du prix des fonciers et de la pression immobilière, l'occupation des sites a nécessité sa régularisation, voire son institutionnalisation. La dimension culturelle de production, accompagnée d'une ouverture au public, se maintient toujours. On voit cependant une évolution dans les usages des friches urbaines ayant des activités culturelles. Les friches culturelles, les squats partiels ou les mouvements associatifs créent alors une nouvelle image, qui les révèlent souvent aux acteurs publics et politiques. Les pionniers sont alors acceptés et soutenus par les municipalités avec des liens forts avec le territoire (La Villa Mais d'Ici). Certaines décident de ne pas laisser leurs friches comme des identités fantasmées vectrice de gentrification. Cette gentrification est relative pour la plupart des chercheurs, les acteurs des friches ne sont que des initiateurs. Ils participent au processus sans pour autant en être forcément les bénéficiaires puisque les prix et la pression immobilière poussent alors à favoriser l'urbanisme transitoire sur des territoires où la plupart des friches sont pérennisés dans le temps.

Les scénarios de mutation des friches (Sce : Paris/Babel, une mégapole européenne)



Extrait du document “Vers des lieux hybrides”. Seura Architectes / David Mangin. Atelier International du Grand Paris, 27 juin 2016, illustrant les scénarios de mutation des friches (Sce : Paris/Babel, une mégapole européenne)

Ainsi la volonté de friches comme les Laboratoires d'Aubervilliers est de communiquer avec les habitants et de laisser la possibilité d'inventer des usagers qui ne soient pas déterminés à l'avance⁶⁷ (cf. extrait de document présenté ci-dessus). D'autres friches initient des roulements dans les résidents, même si certains artistes sont ancrés et ne sont plus en résidence comme le souligne l'Animatrice de l'architecture et du patrimoine de Rouen, dans le conseil d'administration de la Villa Mais d'Ici, ingénieure en systèmes urbains de formation : “c'est

⁶⁷ Vers des lieux hybrides. Seura Architectes / David Mangin. Atelier International du Grand Paris, 27 juin 2016, 25 pages ([document téléchargeable](#))

un lieu de rencontre, un projet partagé avec un ensemble de corps de métiers, des compagnies en résidence passent devant l'assemblée des villageois. Il y a un réel esprit collectif. L'investissement des compagnies selon le temps n'est pas la même". Les compagnies actuelles bénéficient de l'investissement des compagnies d'avant. Le but étant alors de s'intégrer au territoire, et de proposer au plus près des acteurs publics une programmation culturelle, y compris pour le street art. On peut citer par exemple le 6B qui propose de nombreuses actions de street art sur le territoire de Plaine Commune puisqu'il accueille de nombreux street artistes en résidence. D'autres friches aussi connaissent alors gentrification et valorisation...elles se transforment et se déplacent. A Paris, le 104 - non sans mal et sans investissement - trouve ainsi un équilibre entre activités de quartier et programmation parisienne⁶⁸. Ainsi, au-delà d'un lieu fantasmé ou aseptisé, le 104 a réussi à trouver un public malgré une activité culturelle qui a pu paraître élitiste au départ. Cependant, dès le moment où ont été mixées les activités culturelles, payantes et gratuites, organisées ou libres, avec la possibilité de s'y restaurer ou d'y boire tout simplement un verre, cet espace multidisciplinaires a rencontré ses publics au-delà des usagers du quartier qui avaient ainsi la possibilité de se côtoyer, de se croiser, grâce à l'unité de lieu et notamment de l'espace central reprenant ainsi les codes d'usages et d'espace que l'on retrouve à la Villette⁶⁹.

L'ensemble de ces friches participent à renforcer l'image de territoires culturels et cosmopolites, même si des résistances peuvent apparaître. Ainsi le 26 août 2019, la ville de Paris signe une charte pour le développement de l'occupation temporaire avec une quinzaine de partenaires publics et privés⁷⁰. Une ville comme Paris ou les EPT tentent ainsi d'institutionnaliser les friches en faisant de l'urbanisme temporaire un des leviers de l'aménagement de grands projets urbains du territoire et touchent alors des subventions. Au-delà des friches urbaines, l'intégration de l'ensemble des produits et lieux touristiques d'art contemporain et urbain nécessite de valoriser l'ensemble des aspects des lieux hybrides/ tiers lieux et du tourisme afin d'avoir un aménagement adapté et clair selon les objectifs visés⁷¹.

⁶⁸ Kisselva Olga (dir/éd). *Art et territoire*. Coll. Arts Plastiques. Ed. de la Sorbonne, 2018, 142 pages.

⁶⁹ *Vers des lieux hybrides*. Seura Architectes / David Mangin. Atelier International du Grand Paris, 27 juin 2016, 25 pages ([document téléchargeable](#))

⁷⁰ <https://www.paris.fr/pages/paris-signe-une-charte-pour-les-projets-d-occupation-temporaire-7094>

⁷¹ *Contrat de développement territorial 2014/2030. Territoire de la culture et de la création. Plaine Commune*. ([document téléchargeable](#))

Chapitre 4: L'intégration des produits et lieux touristiques aux stratégies d'aménagement des acteurs institutionnels: des produits et des opérations culturelles et touristiques effectives pour la mise en destination par le concept du tourisme urbain ?

Les lieux touristiques représentent les fragments du territoire, à la fois appropriés par une société et dans les représentations. Cette articulation entre les lieux et les territoires est suffisamment forte, qu'il s'agisse de points localisés ou de pôles structurants⁷². De plus, les lieux touristiques "hors des sentiers battus" prennent aussi de l'importance. Ils s'intègrent de plus en plus dans les grands projets d'aménagement. Comme le souligne Olivier Meïer, directeur de Seine-Saint-Denis Tourisme entre 2015 et 2019, "***On pourrait penser que c'est du tourisme de niche mais mis bout à bout, cela représente un volume de public touché conséquent***"⁷³.

A. Intégration des produits d'art urbain et contemporain dans les projets d'aménagement pour la qualification des espaces.

Les grands projets structurants comme le Tram T3⁷⁴, reliant la porte de la Chapelle à la porte d'Asnières jusqu'à la Recyclerie et inauguré en 2018, en sont une illustration. Dans une logique participative et collaborative pour valoriser l'image du quartier, un programme artistique autour de l'art urbain et contemporain a été élaboré grâce à l'action de nouveaux commanditaires, à l'initiative de la Fondation de France. La direction artistique, portée par Anastassia Makridou-Bretonneau ainsi que différents artistes ont été sollicités pour ce grand projet. Ainsi, à la Porte de Saint-Ouen, Bruno Peinodo a créé l'œuvre d'art contemporaine "From Paris with Love" à la demande du personnel Bichat-Claude-Bernard en utilisant des éléments urbains. Une autre œuvre insolite mêlant du mobilier design, ainsi que d'autres objets standardisés s'intègre dans une station conçue par Pierre Malphettes, et couvre l'ensemble de la station Epinettes-Pouchet, à la demande de riverains et d'acteurs associatifs.

Ces quelques exemples artistiques autour d'un grand projet d'aménagement dans lesquels les riverains et usagers sont investis contribuent à changer l'image du nord de la capitale.

⁷² *Lieux et Hauts lieux des densités intermédiaires*. Plan Urbanisme Construction Architecture. Appel à proposition de recherche "Du Périurbain à l'urbain" - Sandrine Berroir, Xavier Desjardins, Antoine Fleury, Christophe Queva (coordination). Janvier 2015, 234 pages ([document téléchargeable](#))

⁷³ *Vers des lieux hybrides*. Seura Architectes / David Mangin. Atelier International du Grand Paris, 27 juin 2016, 25 pages ([document téléchargeable](#))

⁷⁴ <https://www.paris.fr/pages/pour-ses-10-ans-le-tramway-t3-poursuit-sa-conquete-de-l-ouest-4360>

D'autres projets sont également structurants; on peut citer ici l'aménagement des berges et les programmations événementielles pérennes. Ils se veulent durables dans le temps, au-delà de leurs caractères événementiels. Ainsi, chaque année se répètent ces événements et au-delà des ceux-ci, leurs signalisations constituent un des indices de leur aménagement. Par exemple, depuis 2004, les berges sont aménagées en promenades piétonnes et cyclables (véloroute 16 "Avenue Verte London Paris"⁷⁵, la véloroute V33 "La Seine à Vélo"⁷⁶ et le GR 655 "de Bruxelles à Saint Jacques de Compostelle"⁷⁷) et portent l'essentiel des offres de tourisme de culture et de loisirs (dont sportifs) développés le long du canal, y compris lors de Nuit Blanche ou de l'Été du Canal⁷⁸. Au-delà de la signalétique produite reliant Plaine Commune à la Villette, le but est aussi de valoriser les ouvrages des infrastructures avec du street art notamment en utilisant les murs comme support artistique². L'ensemble des lieux qui sont marqués par de l'art urbain et contemporain est donc multiple, pour la visibilité et la mise en tourisme de ces espaces. La volonté de cartographier les lieux de street art est souvent désirée par l'ensemble des acteurs, notamment les acteurs publics et associatifs comme me l'a énoncé le Jardinier de Projets Urbains, artiste urbain, médiateur, membre de l'association déchets d'art, et co-fondateur du Mur 93. Des cartes partielles existent pour identifier les œuvres urbaines dans le centre-ville de Saint-Denis ou encore à Bagnolet qui possède une carte interactive⁷⁹. D'autres cartes référencent quant à elles les friches urbaines présentes sur le territoire francilien ou parisien⁸⁰. Cependant, aucune carte n'est complète, ni ne reprend l'ensemble des lieux de street art, des galeries ou des friches urbaines. De plus, celles-ci ne sont pas interactives et ne proposent pas des formes virtuelles de guide des œuvres, reprenant les détails les concernant (artiste, projet initial, évolution de l'œuvre dans le temps, ...). Ainsi, pour le moment, du moins pour la découverte des œuvres de street art, et le plus souvent pour les friches au-delà des événements, la présence de guides est nécessaire afin de mieux comprendre l'histoire des lieux et leur apport pour le territoire.

⁷⁵ <https://www.velo-territoires.org/schemas-itineraires/schema-national/v16/>

⁷⁶ <https://www.velo-territoires.org/schemas-itineraires/schema-national/v33/>

⁷⁷ <http://grsentiers.org/topo-guides/80-gr-655-sentier-vers-saint-jacques-de-compostelle.html>

⁷⁸ **Participation comme aide bénévole à la réalisation d'une visite Hip-Hop/ Street Art entre la Villette et le 6B lors de l'été du Canal 2019** (Juillet 2019)

⁷⁹ <https://uk.tourisme93.com/map-of-street-art-in-bagnolet.html>

⁸⁰ <https://lavoixdelarturbain.com/carte-street-art-paris/>

B. L'exemple des balades urbaines d'art urbain pour le tourisme urbain; un levier d'attractivité et de promotion : entre singularité et homogénéisation des pratiques

L'exposition "L'Art des sentiers métropolitains" de cet été 2020, dirigée par les cofondateurs de l'Agence des sentiers battus (Baptiste Lanaspèze, fondateur des éditions Wildproject et initiateur du GR2013 ainsi que Paul-Hervé Lavessière, urbaniste et auteur), illustre le nouvel espace hors des sentiers battus à la croisée des disciplines, entre art, tourisme et écologie, constitué des balades et des récits partagés qui les documentent (projet artistique, livre, article, exposition, ...). Les concepteurs de cette exposition qui se trouve au Pavillon de l'Arsenal (Paris 4ème) soulignent alors l'utilité des balades urbaines comme levier sociétal, vis à vis de l'agriculture urbaine ou encore de l'urbanisme transitoire en appréhendant le territoire à travers les pratiques locales et leurs usages pour un développement durable. En effet, la marche est un support essentiel pour mieux appréhender l'ambiance et les expériences urbaines qui nécessitent la contemplation.

Ainsi, par exemple, l'un des projets de l'association Mur 93, selon son cofondateur que j'ai pu interviewer, est de développer du mobilier urbain recyclé afin de sensibiliser la population aux questions environnementales. Ces pratiques, qui semblent singulières, tendent à s'homogénéiser, l'art dans la ville et l'art contemporain s'appuyant sur les principes de durabilité en favorisant l'occupation des lieux désaffectés pour des projets culturels ou écologiques, en promouvant les mobilités douces pour découvrir les espaces plus communs des villes et en s'appuyant sur le support le plus souvent oral entre habitants ou guides conférenciers.

La promotion des œuvres de street art et la découverte des friches urbaines comme le 6B se font le plus souvent grâce à des balades thématiques, où la narration contribue à renforcer la mise en valeur du patrimoine du territoire et permet de limiter le scepticisme de certains acteurs publics sur la place laissée à l'art urbain dans les choix de programmation et communication de l'OTI ou du CDT. Les narrations autour de la balade street art ont alors pour but de renforcer la construction d'un cadre spatio-temporel, elles sont très territorialisées et jouent sur cette spécificité. Même si les pratiques pour découvrir le street-art dans la ville se rejoignent, des balades urbaines le plus souvent, la narration est propre au territoire sur lequel celle-ci est énoncée. Cette mise en avant de cette territorialité s'explique aussi par le support des acteurs publics qui tendent à définir les espaces de narration selon de nouveaux cadres territoriaux (création du Comité Départemental du Tourisme (CDT), émergence des offices de tourisme

dans les structures intercommunales). Pour ce qui est des pratiques urbaines autour de l'art urbain et contemporain sur les territoires du 93, la banlieue constitue l'élément revendicateur et singulier par rapport aux œuvres que l'on trouve dans les arrondissements plus centraux de la capitale. La banlieue constitue alors non pas une friche touristique mais une destination inégalement mais notoirement prometteuse, où l'art urbain devient un "art infiltrant" l'ensemble des lieux banaux ou résultant d'un patrimoine non monumental, industriel et caractéristique de ce territoire⁸¹. Cette revendication de territoire de "banlieue" tend à devenir une revendication d'un cosmopolitisme, terme plus consensuel pour parler de l'attractivité d'un territoire⁸².

Face à l'homogénéisation des pratiques autour de la touristification par les balades urbaines classiques (réalisées seul ou avec un guide touristique ou un greeter), d'autres pratiques touristiques se développent pour se singulariser de l'offre classique des balades urbaines "hors des sentiers battus". Les croisières "Au fil de l'eau" sur la thématique hip-hop proposées lors de l'été du Canal en sont une illustration. Cette avenue du street-art, entre La Villette et le Stade de France, est visible dans le cadre de promenades libres ou de visites guidées et, durant l'été 2017, des croisières street-art ont été organisées par le CDT 93, pour parcourir le canal, accompagné de conférenciers, d'artistes et de DJ pour connaître l'origine du street art et son apport dans la culture Hip-Hop plus particulièrement. De plus, depuis l'été 2017, des running tour sont organisés par l'Office de Tourisme de Plaine Commune à Saint-Denis sur la Rive droite. Accompagnées d'un coach sportif et d'un médiateur, ces parcours mêlent à la fois course à pied et visites (le canal Saint-Denis, la Street Art Avenue, le Stade de France, la basilique-cathédrale, le parc de la Légion d'honneur.). Ce type de visites se développe dans tous les grands sites touristiques et la ville de Paris souhaite développer cette offre également sur le territoire parisien. D'autres acteurs privés, comme Camille à l'origine du site "Voulez-vous Paris avec moi ?" propose des balades urbaines classiques pour petits notamment mais aussi des contenus vidéo. Deux actrices de théâtre, Cyb et Cha, les personnages du duo "Les Effervescentes", ont réalisé un reportage lors de leur visite guidée avec Camille sur le thème du street art à Montmartre⁸³. Ces deux exemples soulignent la volonté pédagogique d'aller plus

⁸¹ <https://jr-art.net/fr/about>

⁸² Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages.

⁸³ <http://vvpam.com>

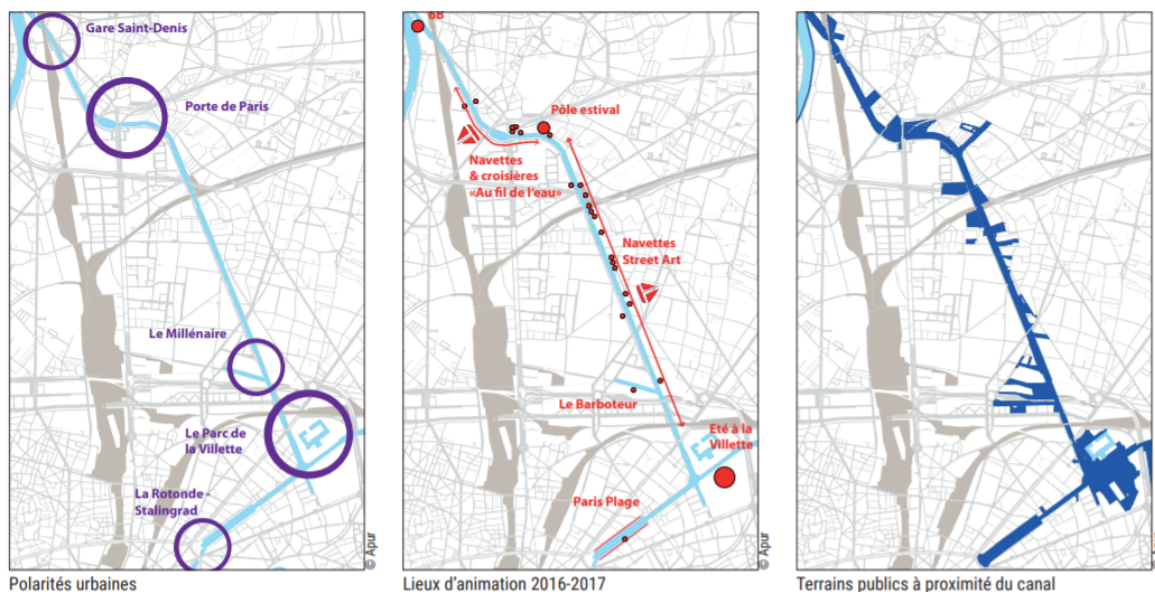
loin dans les explications, en binôme entre DJ et spécialiste et acteur associatif street art pour la balade sur l'eau, ainsi que d'expliquer le street art aux enfants de manière pédagogique.

La diversification des pratiques touristiques souligne une volonté des acteurs publics, associatifs et privés d'expliquer l'art urbain et de le faire connaître de toutes les manières aux touristes comme aux usagers quotidien de la ville. Quels sont donc alors les enjeux au-delà de l'attractivité de ces produits touristiques pour les espaces où se trouvent ces lieux ?

C. Vers l'amélioration des usages de la ville pour renforcer le tourisme urbain, les enjeux d'image et de retombées économiques au-delà du tourisme

Au-delà de la polarité centre périphérie, chaque territoire étudié possède ses propres pôles de centralité. Pour Est Ensemble et Plaine Commune, ce sont les canaux et leurs abords qui sont principalement investis pour une mise en tourisme. Les balades urbaines d'art urbain pour le tourisme urbain ont pour but d'être un levier d'attractivité et de promotion, les cultures urbaines sont exploitées dans les pratiques événementielles qui se perpétuent chaque année durant la période estivale sur ces espaces. Par exemple, durant la programmation, les cultures urbaines et le street art y sont mis à l'honneur dans les parcours urbains où un coup de projecteur est réalisé sur des street œuvres des artistes du territoire de Plaine Commune (Zest, Marko 93, Cyklop,). Il en est de même pour le Canal de l'Ourcq autour d'artistes comme Thom Thom ou encore Dacruz.

Pour le canal Saint Denis, c'est sur la rive droite que l'on retrouve principalement les usages urbains, de loisirs et de sport. La présence des activités industrielles et commerciales y est ponctuelle sur cette rive, avec 4 ports urbains. L'ensemble des ports situés sur les rives droite et gauche sont gérés par la Ville de Paris qui en est propriétaire, les affectataires sont signataires d'une convention qui a pour but l'intégration paysagère du canal et la diversification des usages du Canal pour réinventer la Seine. En ce qui concerne les animations autour des installations pérennes, l'avenue du street art a vu le jour en prolongement des œuvres créées dans le cadre de la fabrique du rêve, initié par le 6B en 2015. Plus de 37 street artistes et collectifs ont ainsi réalisé les fresques que nous avons précédemment présentées. Le but est d'inscrire le canal parmi les lieux culturels et les lieux festifs du territoire, à l'exemple du port de loisirs de Bobigny, du 6b, de la Halle Pantin ou encore de la Station (ancienne gare de Mines).



Extrait de cartographies de l'Atelier du Grand Paris pour l'aménagement urbain et la mise en tourisme du Canal Saint Denis⁸⁴

De plus, ce projet s'inscrit dans d'autres dimensions que celui de la culture. Le canal Saint-Denis s'inspire de ce qui a pu être mis en place sur le canal de l'Ourcq avec les friches de Miko et MBK pour développer une nouvelle dynamique économique, culturelle et urbaine. L'art urbain et contemporain s'affilie à des projets d'aménagement des voies et de réhabilitation de plus grande envergure. Par exemple, le bâtiment du service des canaux situé au pont du Landy est sans usage actuellement. Il a alors été fléché par le service des canaux comme lieu potentiel pour une occupation temporaire par le projet Street Art. Sous l'A86, de nombreux espaces sont vacants, ils peuvent alors être porteurs de grands potentiels pour le développement d'une plus grande attractivité du canal grâce à l'urbanisme transitoire. Les faubourgs sont également des territoires fertiles pour devenir des laboratoires d'innovation et de création (*voir par exemple différentes figures dans le dossier outils méthodologiques*). Ces tiers-lieux s'inscrivent dans des changements du mode de consommation, y compris dans le secteur touristique⁸⁵.

⁸⁴ *Le Canal Saint Denis, un grand équipement public métropolitain. Tome 1. Etude pour l'Atelier Parisien d'Urbanisme. Décembre 2017, 27 pages (document téléchargeable)*

⁸⁵ Volvey Anne. Dans *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims* 2007, n° 129-130, pages 3-25



Extrait de l'étude réalisée pour l'APUR ⁸⁶

⁸⁶ *Le Canal Saint Denis, un grand équipement public métropolitain. Tome 1. Etude pour l'Atelier Parisien d'Urbanisme. Décembre 2017, 27 pages (document téléchargeable)*

Partie 3 : Le rôle des acteurs politico-institutionnels dans une démarche de réappropriation ou de redéfinition de l'image territoriale et les effets des politiques d'aménagement de l'espace et des produits d'art urbain et contemporain sur la pratique touristique des usagers: vers une nouvelle narration touristique?

Paris est la première destination mondiale pour le tourisme, le secteur s'est affirmé comme une ressource économique majeure, représentant par année pour l'Ile-de-France plus de 40 milliards d'euros de retombées économiques et générant à lui seul plus de 524 000 emplois salariés. Paris n'est donc pas seulement une ville touristique, c'est une métropole touristique. Or, si la dimension touristique des grands choix d'aménagement est lisible dans les espaces de Paris intra-muros, cela est moins visible sur les territoires périphériques. Il convient alors de s'interroger sur les actions structurantes d'aménagement pour dynamiser et orienter la "mise en tourisme" des espaces périphériques.

La mairie de Paris d'une part, par son Schéma touristique « Stratégie Tourisme 2022 » et les Établissements Publics Territoriaux, par les Schémas touristiques de Plaine Commune et d'Est Ensemble (en construction pour ce dernier), veulent développer un pôle touristique régional dans lequel Paris serait la porte d'entrée pour la destination. Le but de ces outils est d'être des plans d'actions permettant d'arriver aux objectifs fixés en termes de tourisme et développement local pour le développement territorial et la découverte d'autres territoires. Ils doivent permettre de développer des nouvelles offres dans des territoires moins connus des touristes en valorisant des grands axes structurants de l'identité métropolitaine comme les balades urbaines, en particulier dans le cadre de l'organisation des Jeux Olympiques de 2024 comme cela a été évoqué lors de mon entretien avec la personne au poste de la Stratégie Tourisme 2022 à la Ville de Paris, Docteur en Géographie, spécialité Culture et Tourisme.

Pour la coopération territoriale, le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs, approuvé en 2017 et courant jusqu'en 2021 (après celui de 2000 voté pour une période de 10 ans) a pour but d'affirmer l'engagement de la Région en Faveur du Tourisme en travaillant en lien avec l'ensemble des autres collectivités territoriales afin de relever les défis auquel le secteur fait face, notamment à l'époque face aux attentats de 2015. Il convient de partager le diagnostic établi et de débattre des enjeux et des solutions à apporter. La Région appelle de ses vœux la mise en cohérence de l'ensemble des politiques publiques en matière de tourisme (État, Départements, Intercommunalités, Organismes et Établissements Publics, ...), qu'il s'agisse de transports, de formation professionnelle, de politique d'apprentissage et d'usage des langues

étrangères, de sécurité, de gestion de l'environnement, d'emploi, etc. Le rôle doit être ici fédérateur pour accroître le rayonnement de Paris en valorisant ses multiples visages et en proposant une offre complémentaire au tourisme classique. Ainsi, selon cette interviewée au poste Stratégie Tourisme 2022 à la Ville de Paris, ceux-ci ont développé *"... Il y a beaucoup de choses qui sont produites par différentes directions. Nous avons travaillé sur des ballades par quartiers, puis on a proposé ces parcours à des start-ups. La ville de Paris a un outil de développement économique qui s'appelle Paris and Co, c'est comme l'office, et ils ont des incubateurs, dont un incubateur Tourisme (Welcome Citylab), avec des start-ups qui peuvent participer à la réflexion, puis peuvent proposer un modèle de développement touristique, voire qu'ils se l'approprient"*.

Ce schéma régional reflète cet engagement et illustre la volonté régionale de jouer un rôle de fédérateur de l'ensemble des partenaires, publics et privés. Les multiples acteurs privés sont, comme nous avons pu le voir précédemment en présentant certaines ressources touristiques, cruciaux et majoritaires pour la mise en destination d'un territoire.

Le tourisme est alors voulu comme un facteur d'aménagement du territoire régional, de développement local, de répartition des richesses et de création de lien et d'identité. L'ensemble des acteurs publics ont pour but de renforcer la destination Paris d'une part et d'autre part de favoriser la répartition des touristes à l'échelle régionale pour dégorger le centre parisien et favoriser le développement touristique des départements de la région, notamment du 93 qui jouit d'une image négative. Le graff et le street art apparaissent tout particulièrement intéressants comme facteurs d'aménagement, il est alors institutionnalisé et sa production est voulue (appels d'offre ou appel direct à un artiste, comme indiqué lors de mon échange avec la chargée de la Mission Tourisme de Plaine Commune). Le crime devient art, le graffiti *« n'est pas du vandalisme, mais un très beau crime »* selon Bando dans *The Chromes Angels* (1986).

Les acteurs s'appuient sur une gouvernance transdisciplinaire qui repose sur des enjeux inclusifs, environnementaux et participatifs via notamment des projets portés par des acteurs publics comme la Direction de l'attractivité et de l'emploi (avec les projets touristiques), le pôle développement local où se trouve la Mission Tourisme ou par le chef de projet tourisme et hôtellerie à l'Établissement Est Ensemble. Enfin, les acteurs de l'Arc regroupant opérateurs privés, collectivités ou acteurs publics contribuent à un enjeu territorial de requalification des portes parisiennes et des quartiers périphériques en renforçant les collaborations et en facilitant les projets autour de l'arc nord-est en dépassant les contraintes territoriales. Le but étant de

développer une économie plus créative où des projets culturels et d'art urbain s'insèrent à côté d'autres projets (technologie, ...) et de la requalification territoriale par l'aménagement (mobilité douce, requalification des portes parisiennes).

L'ensemble de ces politiques répond à une démarche d'adaptation d'une offre territoriale contrainte, en se fondant sur la connaissance de son environnement, pour répondre à des objectifs d'attractivité ou encore d'hospitalité⁸⁷. C'est alors un réel marketing territorial qui est lancé comme outil de gestion d'une image afin de renforcer l'attractivité du territoire et assurer son développement. Des questionnaires au sujet de la redéfinition de l'image du territoire sont notamment produits vis à vis des JOP, de la Seine-Saint-Denis et de Paris ⁸⁸ par le Lab'Urba, une équipe multidisciplinaire associant des chercheurs en Sciences Humaines et Sociales et en Sciences de l'ingénieur et travaillant sur les espaces urbains dans les champs de l'aménagement et de l'urbanisme. Ainsi, la valorisation de l'image par les acteurs publics passe par le renforcement de secteurs émergents du tourisme urbain. Le développement de balades urbaines faisant découvrir le « Paris des Parisiens », la vie quotidienne en s'appuyant sur les pratiques culturelles (pour Paris, plans d'action 2017, 2018, 2019 selon la Stratégie Tourisme 2022) permettent notamment de faire lien avec le territoire de Plaine Commune. Enfin, on continuera à saisir et à susciter des opportunités de collaboration concrètes avec la capitale, les arrondissements du nord-est parisien et leurs sites. Un rapprochement est déjà en cours avec La Villette, dont les projets et la programmation sont en parfaite résonance avec le territoire de Plaine Commune. L'une des vocations essentielles de La Villette est en effet de promouvoir de nouvelles formes d'expression artistique (hip hop, slam, électro, arts numériques...), pour un rayonnement au niveau local, national et international. Ces cultures urbaines côtoient des arts populaires en plein renouveau comme le cirque, le théâtre ou les arts de rue, programmés à La Villette sous des formes contemporaines (action 22 du Schéma Directeur de Plaine Commune (2018-2022 : développer les partenariats avec Paris, les arrondissements et établissements du nord-est parisien⁸⁹). La mise en tourisme s'apparente ici à une valorisation de l'identité urbaine, comme nous avons pu le voir.

Ces volontés rencontrent cependant certains obstacles administratifs et territoriaux, au-delà du fait que le Comité Départemental est très proactif pour piloter l'ensemble de la stratégie en proposant de nombreuses balades urbaines thématiques, y compris sur la culture Hip-Hop et le

⁸⁷ Alaux Christophe, Serval Sarah, Zeller Christelle. Dans Gestion et management public, 2015/4, pages 61-78

⁸⁸ <https://enquetes.u-pem.fr/index.php/survey/index/sid/159761/token/ncgv7ycpu3ba6xi/lang/fr>

⁸⁹ Schéma Touristique de Plaine Commune- 2018-2022 ([document téléchargeable](#))

Street-Art par l'intermédiaire de plateformes de réservation comme Explore Paris. Les chapitres suivants tenteront d'expliquer le rôle et la place des acteurs publics pour la promotion de la filière du tourisme urbain et contemporain. Nous soulignerons la diversité des acteurs et leurs statuts au sein du nord-est parisien ainsi que le rôle crucial de médiation du Comité Départemental du 93 dans les relations entre la périphérie parisienne et la capitale. Nous évoquerons également les soutiens, notamment financiers des collectivités comme la mairie de Paris pour des associations mettant en tourisme ces territoires par un tourisme « hors des sentiers battus » (exemples des balades urbaines proposées par les Greeters, de Bastina, d'Alternative, We can do...). Enfin, dans une dernière partie, nous évoquerons les enjeux de gouvernance pour la faisabilité de la mise en destination touristique du nord-est parisien. Nous discuterons des difficultés pour établir une gouvernance commune pour le tourisme autour de l'art urbain et contemporain, car celui-ci est perçu et touristifié différemment selon la propre perception que les acteurs se font de l'art urbain et contemporain et de leur motivation pour transmettre les savoirs autour de cet art. Enfin, nous analyserons comment cette gouvernance s'applique au territoire en étudiant les motivations profondes des acteurs, notamment en promouvant le territoire par sa mise en destination pour son développement local.

Ainsi, pour Paris, les événements sont pour beaucoup mis en place par le secteur privé ou associatif. L'initiative publique est plus forte pour les événements en plein air qui s'appuient sur le marketing territorial du Nord-est parisien. La Mairie, avec "Nuit Blanche" et l'intervention de street artistes (notamment pour le lightening comme Marco 93 en 2019), est le principal acteur dans ce type d'organisation. Le CDT joue également un grand rôle pour la coordination et la connexion territoriale à l'échelle métropolitaine pour la programmation en plein air des Étés du Canal qui comprennent dans leur programmation une partie sur l'art urbain.

Chapitre 5 : Les systèmes d'acteurs dans la filière touristique ; 1 intérêt commun mais des divergences dans les concepts développés

L'ensemble des lieux d'art urbain et contemporain sont connectés aux territoires, ils sont produits, coproduits et intégrés par les acteurs, en élaborant des modes de régulation et en tentant de mettre en place des modes de gouvernance pluridisciplinaires et transversaux. Une partie de ces projets découle de la volonté conjointe d'acteurs politiques locaux et d'acteurs privés ; cette dynamique s'inscrit dans la stratégie régionale du tourisme en Ile-de-France. L'État occupe ici un rôle de gestion et n'accompagne pas forcément les politiques culturelles et touristiques. De plus, l'offre touristique sur ces territoires peut être développée uniquement

par des acteurs privés sans l'accompagnement d'acteurs publics. Par exemple, la ville de Paris, des bailleurs de la capitale et des promoteurs ont signé le 26 Août 2019 une charte pour le développement de l'occupation temporaire⁹⁰. La municipalité veut ainsi faire fructifier des événements culturels à destination des franciliens et des touristes afin de ne pas avoir des espaces gelés dans l'attente d'un permis de construire au sein de milieux densifiés. D'autres questions concernent l'amélioration de la vie urbaine quotidienne, notamment par exemple par la signalétique comme me l'énonçaient les deux personnes en charge de la mission ou du plan tourisme sur Plaine Commune et de Paris : *“Mon job dans le cadre du plan tourisme est de faire du lobby auprès de toutes les directions. Par exemple, au niveau du schéma lumière qui sera voté en 2020 (renouvellement de tous les marchés), mon objectif est de développer un éclairage dans des quartiers où on peut faire passer les touristes et un éclairage événementiel. Il s'agit de faire entendre la question touristique dans tous les aspects de la vie”*. Cela s'applique à la découverte des œuvres d'art publiques et à l'organisation de nouveaux parcours de découverte des œuvres au sein de la ville. L'ensemble de ces initiatives semble révélatrice d'un tournant touristique de l'action publique locale depuis quelques décennies (chronologiquement dans l'ordre de mise en place d'une stratégie de mise en tourisme à l'échelle locale et dans la perspective métropolitaine : CDT, Plaine Commune, Stratégie Tourisme 2017-2022 Mairie de Paris, schéma en cours d'écriture pour Est Ensemble).

Cependant, il faut ici prendre en compte la complexité d'une offre culturelle intégrée et concertée entre les acteurs exogènes sur le territoire ainsi qu'une diversité d'acteurs pouvant être donc indépendants de toute collaboration avec les acteurs publics. Ce territoire ne constitue pas une destination unifiée et de coopération, les politiques conduites pour la culture et leur mise en tourisme ne sont pas de plus forcément similaires. La juxtaposition des différents modes de production et d'usage de l'art contemporain et urbain renvoie aux géographies complexes et aux propositions artistiques et culturelles diverses qui configurent par leur prolifération dans les périphéries de l'est parisien des nouveaux mondes de l'art, mais aussi de l'urbain et du post tourisme. Il faut alors tenter de saisir le rôle des nouveaux opérateurs touristiques et des prescripteurs amateurs ou non qui participent alors à la construction métropolitaine. De plus, on peut s'interroger sur la question de savoir si les nouveaux lieux et leurs réseaux développés

⁹⁰ <https://www.paris.fr/pages/paris-signe-une-charte-pour-les-projets-d-occupation-temporaire-7094#:~:text=Le%2026%20ao%C3%BBt%202019%2C%20la,de%20partenaires%20publics%20et%20priv%C3%A9s.>

par ces pratiques favorisent ou non un effet de regroupement des acteurs et des produits sur des zones géographiques ?

A. La diversité des acteurs et de leurs statuts au sein du nord-est parisien : vers une auto-culturation?

La politique urbaine inclut un grand nombre d'acteurs et d'instances urbaines, ainsi les scènes créatives, les entreprises industrielles, les individus et les municipalités participent à la construction et à la représentation du territoire comme un ensemble culturel. Ce sont les symboles et les produits touristiques et créatifs qui permettent alors de culturaliser les territoires⁹¹. En effet, dans un contexte de territorialisation des politiques culturelles et de concurrence entre les collectivités de différentes tailles, la culture autour d'une thématique porteuse comme l'art urbain semble être devenue une ressource centrale de construction d'une identité territoriale, support pour son attractivité. Ce sont les acteurs publics qui développent de nouvelles stratégies en mobilisant des acteurs divers (institutions, organismes, acteurs privés, artistes), notamment en s'appuyant sur les événements culturels qui peuvent se répéter au cours des années (exemple de Nuit Blanche ou de l'Été du Canal sur celui de l'Ourcq puis de Saint-Denis). Ces manifestations sont caractéristiques de la culturation de la métropole et de sa périphérie en s'appuyant sur les caractéristiques énoncées par Amélie Ballot: modes d'organisation de l'action culturelle différente avec l'ancrage à une thématique fédératrice, recours fréquent à des "missions", rassemblement d'acteurs hétérogènes, formes expressives plurielles, dimensions fortement événementielles, lieux d'intervention pluriels, enjeux économiques (pour le développement local et pour le tourisme) sensiblement présents. Il s'agit alors de comprendre comment cette culturation des territoires répond à de multiples enjeux, dont celui du "développement local"⁹². Il correspond ici à un processus mis en œuvre par les acteurs d'une même communauté, pour valoriser les modes de développement endogène, à partir des ressources de leur territoire, y compris culturelles. Pour tenter de mieux cerner la toile de ce système touristique autour de l'art dans la ville et de l'art contemporain, il faut tout d'abord comprendre comment cette culturation autour de cet art est co-produite ou produite pour sa visibilité et sa touristicité. Il est nécessaire de préciser les formes de ces actions qui découlent de ce phénomène et les représentations qu'ont le public de l'art urbain et

⁹¹ La mise en culture des territoires : nouvelles formes de culture événementielle des collectivités locales 10 et 11 mai 2007, Nancy

⁹² Kosianski Jean-Michel. Dans Revue d'Économie Régionale & Urbaine, 2011/1, pages 81 à 111.

contemporain sur ces territoires. Enfin, nous aborderons la question de la réception des œuvres culturelles d'art urbain et contemporain entre collectivités, acteurs divers et publics.

B. Les acteurs à l'échelle départementale : le rôle de Seine-Saint-Denis Tourisme et des acteurs exogènes

Créé tardivement en 1988 par le Conseil départemental, Seine-Saint-Denis Tourisme anime le développement du tourisme, des activités événementielles et des loisirs à l'échelle du département et plus largement du Nord-Est parisien. Anciennement nommé le Comité départemental du tourisme, il conduit son action dans un réseau d'acteurs, associatifs, institutionnels et professionnels. L'action du CDT93 dépasse les limites départementales en intégrant le 18, 19 et 20^{ème} arrondissement de la capitale dans une destination « Nord-Est parisien ». Il a un rôle de promotion de sites et d'événements auprès du grand public et des professionnels, notamment pour l'émergence de nouvelles formes de tourisme et organise dans ce cadre de plus de 1000 visites d'entreprises et balades urbaines chaque année pour l'ensemble du territoire⁹³. L'offre touristique de la Seine-Saint-Denis est étroitement liée à celle du Nord-Est Parisien, la jonction facile entre la Villette et la Seine-Saint-Denis pour des événements culturels d'art urbain et contemporain est largement promue par le CDT, notamment lors de l'Été du Canal (photo ci-dessous des actions de promotion et de ma participation entre le 6B et la Villette autour de la thématique Hip-hop et Street Art).

⁹³ <https://www.tourisme93.com/cdt93.html>



*Photographies lors de l'Été du Canal, et de la croisière autour du Hip-Hop et du Street-Art
(Juillet 2019) - Partie 1*



*Photographies lors de l'Été du Canal, et de la croisière autour du Hip-Hop et du Street-Art
(Juillet 2019) - Partie 2*

Ainsi, ce contournage des frontières pour la promotion d'offres qui dépassent les limites administratives va dans le sens d'une plus grande cohésion métropolitaine. Cependant, même si l'impulsion et la coordination réalisée par le département avec l'ensemble des acteurs publics et des sites de promotion et de gestion de balades urbaines comme Explore Paris est importante, la Seine-Saint-Denis semble souvent difficilement considérée d'une part par les touristes et d'autre part par certains acteurs publics comme faisant « partie intégrante de la destination » Paris⁹⁴, à contrario d'autres acteurs ne pensent pas que des EPCI comme Plaine Commune puisse se revendiquer comme destination à part entière car peu différente dans ses propositions de ce qu'il y a dans le nord-est parisien. Ici, le tourisme « hors des sentiers battus » contribue au tourisme durable sans toutefois le mettre en exergue, dans le sens où celui-ci s'appuie d'une part sur le développement d'un tourisme de proximité et d'autre part sur la redistribution plus égalitaire des flux et de richesses du tourisme sur l'ensemble du territoire de la métropole en redorant l'image du Nord-Est parisien.

Le tourisme de proximité est très actif, plus participatif et touchant aussi les balades urbaines d'art urbain et contemporain. Ainsi, en 2009⁹⁵, Douce Banlieue, programme de balades urbaines avec 224 balades et plus de 27 partenaires pour 3800 visiteurs, a mis en valeur sur ces territoires des savoirs faire locaux, y compris dans le domaine de l'art urbain. Plaine Commune y est d'ailleurs très sensible, faisant appel notamment à des street artistes de ce territoire pour ces programmations (*exemple de Marko 93*). Cependant, beaucoup d'acteurs sont critiques et restent sceptiques sur l'affirmation du street art car pour eux beaucoup ne sont pas locaux et interviennent sur des territoires qu'ils ne côtoient pas quotidiennement comme l'énonce toujours la chargée du Plan Tourisme 2022 à la ville de Paris : *“ On a beaucoup abordé déjà la question de street-art dans différents travaux. Cela n'a pas d'intérêt et ce n'est pas du tout de la culture locale. Il faut aussi se concentrer sur ce qui n'est pas éphémère, ce qui ne bouge pas : le patrimoine, les artisans, ... dans le tourisme, ce qui m'énerve c'est qu'on se concentre beaucoup sur la culture, et on oublie tout le reste (exemple artisans made in Paris). C'est du développement a minima, on a des particularités au niveau des territoires qu'on n'exploite pas du tout, d'autant que les street-arteurs sont importés, rarement locaux ”.*

Malgré cette dynamique, l'élément déterminant de la réussite repose sur le fait que l'espace est déjà touristique lors de pratiques événementielles. Le tourisme « hors des sentiers battus »

⁹⁴ <https://www.tourisme93.com/document.php?pagendx=101>

⁹⁵ <https://www.tourisme93.com/document.php?pagendx=267>

semble être le bon créneau pour favoriser les initiatives durables qui s'appuient sur la dimension métropolitaine de Paris.

Les recompositions urbaines et les nouvelles échelles de l'action publique territoriale visent à identifier l'art et la culture comme des ressources locales. Ainsi les friches urbaines autour de l'art contemporain (par exemple le 104, 88 Ménilmontant ou encore le 6B) sont en soi des outils de renouvellement urbain. Ainsi, le CDT travaille, en accord avec les associations, à l'émergence de nouvelles formes de tourisme et organise dans ce cadre plus de 1000 visites d'entreprises et de balades urbaines chaque année.

Le CDT travaille également avec les Établissements Publics Territoriaux du département. Ce travail ne se fait que depuis peu puisque ce n'est que récemment que Plaine Commune et Est Ensemble prennent forme juridiquement comme des territoires unifiés. Le nom et les contours de ces territoires sont à première vue difficiles à définir pour les populations locales et les personnes externes au territoire. Cela nécessite donc de rappeler que ces Établissements Publics Territoriaux regroupent des territoires qui ont des points communs sur les plans historique et social et que leurs actions culturelles s'inscrivent et sont promues par le CDT dans la métropole du Grand Paris.

La loi du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles, revisitée par la loi du 7 août 2015, se réfère à la mise en place d'une nouvelle organisation territoriale de la République (loi NOTRe) et a créé en janvier 2016 la métropole du Grand Paris. Cette loi permet alors la création d'établissements publics territoriaux (EPT) au sein de la Métropole et des départements de la petite couronne.

Par exemple, en 2007, les partenaires du pôle, Région, CRT, Département et CDT, ont ainsi décidé d'étendre le pôle Nord-Est Parisien à l'axe canal de l'Ourcq-RN3, depuis le bassin de la Villette jusqu'aux limites départementales afin de coordonner les missions d'aménagement. Par la suite, l'animation et le développement du pôle touristique est confiée au Comité départemental du tourisme de la Seine-Saint-Denis. Son rôle est d'apporter une aide financière au démarrage de projets à vocation touristique, une aide technique pour monter les projets et un suivi des opérations financées. Le rôle des acteurs exogènes, régionaux et plus locaux dans le repositionnement métropolitain est donc sensible. Le constat de l'étalement urbain au nord-est de la métropole parisienne et l'implantation de nombreuses entreprises de renom, nationales et internationales, ainsi que la volonté de développement de son attractivité par l'implantation de

sites pour les JO 2024 sont des enjeux majeurs pour l'aménagement. Comme nous l'avons vu, les activités touristiques, sportives et de loisirs (sur Saint-Ouen, au Bourget, sur Aubervilliers par exemple) contribuent à la revalorisation d'une métropole métissée et moderne où la création, la mode et l'art contemporain reprennent leur place, selon les mots d'Henriette Zoughebi, présidente du comité du tourisme en 2004.

C. Les associations et les réseaux pour mettre en tourisme ces territoires

Lors des rencontres "Culture la ville" organisée par Plaine Commune le 1er octobre 2019 au Théâtre Zingaro (*notes dans le dossier méthodologique*), j'ai pu appréhender la diversité des acteurs qui œuvrent à la politique de la ville. Des acteurs culturels, des artistes et des paroles expertes se sont rassemblés afin d'interroger «les conditions d'un dialogue entre arts et aménagement réussi». Il était question des conditions de réussite des processus artistiques dans la fabrique de la ville, notamment pour le projet d'occupation culturelle transitoire du Fort d'Aubervilliers. Comme nous l'avons vu précédemment, la qualification des milieux urbains apporte le terreau nécessaire pour pouvoir mettre en tourisme ces territoires à une échelle locale voire nationale et internationale par l'art urbain et contemporain.

A côté des entreprises touristiques comme My Urban experience, Street Art Tours, Fresh Street Art Tour Paris, Paris Street Art Walking Tour via Viator, Secret Moona par exemple, que l'on peut retrouver sur le site prescripteur TripAdvisor et les balades urbaines proposées par les Offices de tourisme, il existe des sites de valorisation et d'actualité sur le street art (comme Underground Paris, qui met en avant les balades urbaines) et de nombreux acteurs associatifs qui œuvrent à la démocratisation et la vulgarisation du street art par une communication écrite ou orale. Ces associations peuvent être présentes sur un même site sur des durées déterminées, comme réalisé en 2018 avec l'implantation dans le 18ème arrondissement de nombreux acteurs à l'Aérosol. Il fait partie des Sites Artistiques Temporaires lié à l'urbanisme transitoire en collaboration avec SNCF immobilier.

Des associations peuvent aussi avoir des actions précises qui se renouvellent dans le temps. Ainsi, des acteurs culturels se fondent pour collaborer à des projets communs de qualification de leur art et de l'action politique de leur œuvre. Par exemple, l'association MUR93, cofondée par Nicolas Obadia et Evazésir et entourée de nombreux artistes. Ils ont inauguré ainsi en septembre 2018 le mur situé Rue Dupont à Saint-Denis avec les 93MC, qui sont les pionniers historiques du graff nord parisien. De nombreux street artistes qui ont un rôle majeur tels les

Clash the City, Faucheur, les Black Lines ou encore Psychose ont participé à la rotation de ce mur tous les deux mois.

Enfin, d'autres artistes réalisent des actions annuelles ciblées pour une association qui ne relève pas initialement du street art afin de collaborer à leur manière à la solidarité, par exemple à l'occasion du début de l'été et de la fête de la musique. De nombreuses artistes réalisent des œuvres pour la fédération de Paris du Secours populaire au 6ème passage Ramey dans le 18ème arrondissement. L'association du Secours Populaire s'identifie ainsi aux valeurs culturelles et artistiques de ces œuvres, permettant de rendre accessible l'art pour tous et de donner une ambiance plus chaleureuse dans les locaux.

A côté des acteurs institutionnels et de nombreuses associations de street-art ou qui utilisent l'art urbain, d'autres associations participent également à la valorisation du territoire du nord-est parisien comme la galerie Soixante Adada et d'un tourisme aussi au-delà du "hors des sentiers battus". Les greeters, ou des associations comme Bastina⁹⁶ ou encore We can do favorisent aussi la connaissance de ces territoires selon la doctorante Cifre à la Mairie de Paris et faisant partie du Lab'Urba, non par une thématique spécifique sur l'art urbain mais par le patrimoine urbain, bâti mais aussi vivant et immatériel dans le monde et en Ile-de-France.

Chapitre 6: Le nord-est parisien comme "territoire d'une méthodologie" de mise en tourisme, entre cadre théorique et cas pratiques; quelle narration produite par les usagers?

Si la métropole parisienne existe bel et bien, elle souffre cependant d'un manque d'appropriation auprès de ses propres habitants. L'élaboration de nouveaux Schémas Régionaux de Développement du tourisme et des loisirs en Ile-de-France est l'occasion d'une réflexion sur son identité et sur sa marque « Paris Ile de France », « Grand Paris ». L'enjeu des acteurs est de rendre plus lisible une destination vendue, mais le marketing territorial produit ne peut suffire à construire une nouvelle identité, puisque celle-ci doit être le résultat d'une vision partagée et d'une réalité objective. Or, malgré certaines divergences de vision, la volonté d'agrandir la ville touristique vis à vis de la métropole existe, une nouvelle identité peut se forger grâce aux évolutions actuelles de la métropole parisienne, permettant d'établir le lien entre l'imaginaire et le vécu des habitants.

⁹⁶ <https://journals.openedition.org/teoros/2800>

Ainsi, les habitants de la métropole parisienne sont aussi contributeurs de l'image de la destination Grand Paris. Quelle est alors la représentation des habitants et celle-ci correspond-elle à l'image développée par les politiques publiques d'aménagement touristique du territoire pour la métropole parisienne? Comment le touriste lui-même contribue-t-il alors à redessiner l'image de la métropole parisienne et de sa périphérie nord ? De quelle façon permet-il de transformer l'image d'une vieille ville et de redéfinir les limites d'une ville administrativement enfermée dans un périmètre rigide? En somme, comment celui-ci participe-t-il à la création d'un imaginaire métropolitain?

Aux portes de Paris, Plaine Commune ou Est Ensemble ne sont pas en soi des destinations touristiques, même si ces territoires veulent se revendiquer comme des destinations singulières, de banlieue⁹⁷. Comme vu précédemment, la barrière du périphérique n'explique pas la difficulté d'attirer de nombreux visiteurs puisque les territoires sont en partie accessibles en métro et en RER. Le tourisme durable et hors des sentiers battus est évoqué dans l'ensemble des schémas touristiques, cependant, on peut souligner que les enjeux de redistribution des flux et des richesses liées au tourisme sur le territoire métropolitain sont cruciaux pour la mise en tourisme de ces territoires.

Le tableau d'analyse des différents sites de conseils et de prestations liés aux produits touristiques repris ci-après, souligne que pour l'ensemble des sites, la dénomination "Plaine commune" ne ressort pas en soi.

Site	Fonctionnement	Actuellement	A envisager
Oui.Sncf	Le système de communication de oui.sncf est basé sur la réservation du train. Une newsletter est ensuite envoyée à fréquence régulière (1 mois et 1 semaine avant le départ environ) et propose des activités, des hébergements, etc. dans la ville de destination.	Ce qui est compliqué, c'est que la plupart des touristes arrivent dans une gare située dans Paris. La promotion des activités s'effectue donc le plus souvent sur le territoire parisien.	Un partenariat qui sera sans doute payant auprès de la SNCF pour promouvoir le territoire de Plaine commune aux voyageurs arrivant en Gare de Paris.

⁹⁷ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

Routard.com	Les destinations sont recensées autour d'itinéraires, d'incontournables et des informations pratiques à connaître.	Pour avoir des informations sur le territoire de Plaine commune, les recherches associées sont "Ile de France" et aussi Seine-Saint-Denis - pour laquelle on retrouve un article "Balades en Seine-Saint-Denis, le 93 insolite" dans la catégorie "Partir à Paris". Pour la catégorie IDF, seul ressort la basilique.	Le plus intéressant serait de s'appuyer sur le type de contenu sous forme d'article. Ce dernier permet un meilleur référencement et une présence plus importante dans les résultats de recherche. Cela s'oriente toutefois surement plus sur le département que seulement sur Plaine commune.
Citizeum	Guide de voyage historique et culturel gratuit ainsi qu'une application de bons plans voyage. Le site est mis à jour et les adresses sont proposées par les voyageurs.	Actuellement, dans la section Seine-Saint-Denis, aucun lieu de Plaine commune n'est mis en avant.	Il serait intéressant de les contacter pour mettre en avant le territoire de Plaine commune. Idem pour la catégorie IDF.
Michelin Voyages	Destinations présentées sous formes de pôle à visiter. Continue sur le principe d'arrêt ponctuel sur le voyage d'où l'orientation en "ville" et non territoire.	Classification dans la catégorie Île-de-France > Seine Saint- Denis qui propose des activités autour de Saint-Denis (il y a aussi le Bourget et Dugny) avec 2 étoiles et la mention "Mérite un détour". Les incontournables reprennent ceux de l'Office de tourisme.	Une clarification du discours et un rajout de photos seraient les bienvenus car seule la Basilique est représentée.
Lonely Planet	L'Île-de-France ne fait pas partie du top 10 des destinations. Paris 18ème (et seulement Paris).	On retrouve un article "9 balades nature autour de Paris" avec l'île Saint-Denis. Sinon on peut avoir un conflit avec Saint-Denis à la Réunion.	Proposer une présence de Plaine commune sur le site mais il semblerait que leur présence ne serait pas pertinente sur ce site car Lonely Planet est orienté Nature.
Booking	Site de réservation d'hébergement en ligne.	98 hôtels présent à Saint-Denis.	Peu pertinent dans la présence en ligne et dépend de la volonté des hôtels à être présents sur le site.
TripAdvisor	Avis et conseils touristiques émanant de consommateurs sur des hôtels, restaurants, villes et régions, lieux de loisirs, etc.	Difficile de définir une présence car elle dépend des avis voyageurs laissés sur les lieux, activités, etc. visités.	Dépend des avis clients. C'est compliqué à envisager.
baladesetpatrimoine.com	Ce site s'oriente vers un slow tourisme.	Il n'y a pas de catégorie actuellement sur le site.	Il pourrait être intéressant de leur proposer une nouvelle offre même si cela semble plus orienté nature.
generationvoyage.fr	Présenté sous forme d'articles avec les choses à voir à faire dans la destination.	Aucune présence de Plaine Commune sur le site.	Proposer des articles à publier sur le site même s'ils sont très orientés international.

Petitfute.com	Donne des adresses, idées week-end, vacances...	On retrouve Plaine commune sous la forme des villes divisées. Les offres répertoriées concernent les meilleurs hôtels (rapport prix-distance et restaurant) mais pas les activités. Les activités se retrouvent dans le guide île-de-France.	Essayer de mettre en avant le patrimoine de Plaine commune pour avoir une offre complète sur le site.
Conclusion	<i>/// La Dénomination Plaine Commune ne ressort pas sur les sites, il faut rechercher Saint-Denis, Seine-Saint-Denis ou Ile-de-France.</i>	<i>La plupart du temps, seule la Basilique est mise en avant sur le territoire. Les recherches sont aussi plus globales (Seine-Saint-Denis ou Ile-de-France).</i>	<i>Il est important de définir les bon mots clés et le format pour optimiser la présence sur chaque site. Le discours s'adapte en fonction de la cible.</i>

Les arrondissements périphériques du nord-est parisien et les territoires d'art urbain et contemporain au-delà du périphérique doivent se développer et s'insérer comme destination touristique en vue de leur management. Une destination touristique se définit à la fois comme ce que le touriste choisit et rejoint comme lieu de séjour et comme le système d'offre répondant localement à ses besoins. Vue comme système d'offre, la destination repose sur des acteurs interdépendants, ce qui crée un besoin de coordination : en effet, l'ensemble des pratiques du touriste crée l'interdépendance *de facto* des diverses prestations qui y répondent. Cela aboutit à une coordination entre les acteurs de l'offre s'ils reconnaissent et veulent "optimiser" cette interdépendance. Or ces lieux ne sont pas clairement identifiés actuellement comme un ensemble territorial, seul le CDT, ou des sites comme Visit Paris Region ou encore Explore Paris voir Enlarge your Paris mettent en avant des parcours touristiques s'articulant entre les arrondissements du nord-est parisien et les EPT Plaine commune ou Est Ensemble de la Seine-Saint-Denis⁹⁸. Pour l'art dans la ville et l'art contemporain, ce sont les sites des offices de tourisme respectifs ou les sites spécialisés qui décrivent les offres présentes sur leur territoire de manière plus précise sans pour autant insérer ou définir leur offre dans l'espace de la destination Paris et sa périphérie nord-est. Au-delà du manque de visibilité que peut engendrer la lisibilité multiple de l'offre d'art urbain et contemporain, la question est de savoir si la faisabilité touristique peut se faire sur des territoires qui ne sont pas touristiques en soi.

⁹⁸ <https://www.visitparisregion.com/fr/parcours/parcours-itineraires/street-art-nord-est-de-paris-region>

A. La question de la faisabilité touristique, du degré d'attractivité, du type de visiteurs de ces lieux en passant par les stratégies de communication : des points de vue divergents ...

En s'appuyant en premier sur l'analyse des cartes mentales produites pour définir les spécificités de la métropolitaine, les constats suivants en découlent. Paris est entouré d'une limite, celle du périphérique. Si cette représentation graphique renvoie aussi à une convention graphique, elle traduit aussi dans l'imaginaire la force de séparation entre Paris et sa banlieue. Cette lecture semble être cependant à nuancer puisque, les berges, et donc le fleuve constitue un lien territorial entre Paris et sa banlieue⁹⁹. De plus, on peut aussi analyser en parallèle le développement périphérique de la ville de Paris en termes de spécification et d'éclosion d'une culture propre.

Les imaginaires développés par les visiteurs et par les acteurs publics eux-mêmes soulignent l'enjeu de redéfinition des échelles entre le public et le privé et entre les niveaux communal et régional. La redéfinition des échelles semble cependant être compliquée à réaliser tant les établissements publics territoriaux sont jeunes et leur stratégie touristique (y compris pour la ville de Paris) récentes ou en cours de construction (notamment pour Est Ensemble). Il est alors assez logique que l'analyse des guides touristiques (version plateforme) ne permette pas d'avoir une vision d'ensemble des activités qui y sont répertoriées à un autre échelon territorial, celui de l'Ile-de-France. De plus, ces territoires sont aussi inégalement attractifs en ce qui concerne le tourisme (notamment pour les sites incontournables majoritairement situés sur Saint-Ouen et Saint-Denis). Pour trouver des référencements sur les produits touristiques situés dans Plaine commune, il faut taper dans le moteur de recherche les mots clés suivant : "Saint-Denis", "Seine-Saint-Denis" ou encore "Ile-de-France". De plus, sur l'ensemble des sites prescripteurs, seule la Basilique est mise en avant sur le territoire. Il n'y a pas de lien précis sur une ville ou un site touristique, les préconisations, commentaires ou recherches se focalisent sur d'autres échelons territoriaux plus globaux : "à faire en Seine-Saint-Denis", ou par exemple dans les rubriques "Ile-de-France" pour les activités dans le Petit-Futé. Il apparaît alors comme plus difficile de définir les activités touristiques thématiques tant le tourisme semble y être anonymisé, au-delà des attractions touristiques classiques de ces territoires. De nombreuses études non spécifiques au tourisme mettent en avant le renforcement de la "réticularité des

⁹⁹ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

lieux”, celle-ci s’accompagnant alors de représentations spécifiques et hybrides^{100 101}. Les pratiques urbaines sont spécifiques à un territoire et les lieux ne sont pas interchangeables¹⁰², en témoignent les nombreux témoignages des acteurs exprimant la diversité des lieux et leur singularité sur des territoires militants et cosmopolites.

B. La gouvernance pour le tourisme par l’art urbain et contemporain appliquée au territoire : entre tourisme et développement local, “Saint-Denis comme territoire d’une méthodologie”

“If tourism is anything, maybe it can be identified” (Post face de Laurent Devisme, enseignant chercheur HDR à l’Ecole nationale supérieure de Nantes).

La loi NOTRe a modifié les compétences des collectivités territoriales dans le domaine du tourisme, en la transférant aux intercommunalités. Les Sociétés Publiques Locales (SPL) permettent de mutualiser les moyens et les images territoriales, sans transférer les compétences. Pour pouvoir coordonner des lignes directrices à plus grande échelle, l’atelier du Grand Paris a défini la méthodologie pour la mise en tourisme des territoires. Le but étant alors de recenser, révéler, valoriser et mettre en réseau l’ensemble des territoires. Le territoire entre Paris et Saint-Denis était alors le point démonstrateur pour la mise en tourisme de 10 à 15 “lieux de voyage”. Des outils et des mécanismes concernant la manière de gouverner les lieux touristiques par les acteurs sont développés. Sur ce territoire, le but fut d’instaurer des synergies par des tickets uniques entre des lieux dans Paris et d’autres qui se trouvent de l’autre côté du périphérique (photo ci-dessous). Ce type d’initiatives favoriserait alors les partenariats permettant de démarrer la mise en tourisme de l’ensemble du Grand Paris. Il est alors question de savoir comment et dans quelle mesure l’art urbain et contemporain s’inscrit dans cette stratégie¹⁰³. La gouvernance doit aussi mettre l’accent sur la multiplicité des institutions, d’organisations et des acteurs qui “gouvernent” le territoire afin de guider au mieux la mise en tourisme du territoire.

¹⁰⁰ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

¹⁰¹ *Le polycentrisme en Ile-de-France*. Rapport de groupe de travail élaboré sous la responsabilité de Daniel Séné pour la Direction Régionale de l’Équipement d’Ile de France. Décembre 2013. ([document téléchargeable](#))

¹⁰² *Lieux et Hauts lieux des densités intermédiaires*. Plan Urbanisme Construction Architecture. Appel à proposition de recherche “Du Périurbain à l’urbain” - Sandrine Berroir, Xavier Desjardins, Antoine Fleury, Christophe Queva (coordination). Janvier 2015, 234 pages. ([document téléchargeable](#))

¹⁰³ *Vers des lieux hybrides*. Seura Architectes / David Mangin. Atelier International du Grand Paris, 27 juin 2016, 25 pages ([document téléchargeable](#))



Photo du Pass découverte Grand Paris Nord reprenant des lieux incontournables de Plaine Commune et du nord parisien

Cette vision d'ensemble, en forme de pari sur les richesses touristiques potentielles, encore mal exploitées, du Grand Paris, s'accompagnait déjà les années 70 de la proposition radicalement innovante de transférer en « banlieue parisienne » des équipements nationaux majeurs (Grand Stade, Grande Bibliothèque, Ministères, etc.). Malgré sa pertinence urbaine et politique, cette proposition est apparue à cette époque comme incongrue. Actuellement, une stratégie de développement d'un tourisme métropolitain autour de l'art urbain et contemporain au sein de la mégapole parisienne prend cohérence et s'ouvre, cet art se voulant être démocratisé notamment par son implantation dans l'espace public et les nombreux événements mis en place autour de cette thématique. La gouvernance nécessite également sur la participation, la responsabilisation, l'efficacité par la clarification des rôles de chacun et la cohérence autour d'objectifs clairement définis. On peut cependant souligner (sans émettre quelques réserves du fait de la complexité des acteurs et du territoire) que les grandes lignes directrices sont définies dans les schémas et les plans de développement touristique initiés à l'échelle régionale, métropolitaine et intercommunale. Les aménagements urbains et l'urbanisme transitoire s'effectue à une échelle plus micro comme me l'expliquait le chargé de projets culturels territoriaux à la Direction de la Culture de Saint-Denis : *“On effectue aussi un travail plus micro, sur l'urbanisme transitoire, sur les retombées concrètes que cela peut apporter, sur la*

participation des habitants - que ce soit pour le street art ou que ce soit pour les autres types d'aménagement". Pour ce qui est du street art, le travail de gestion, de logistique, de participation, de programmation des ateliers est grandement favorisé par l'Office de tourisme intercommunal, pouvant rendre certains acteurs sceptiques au départ sur la compétence d'élaboration de projets (comme Fenêtre sur Rue (Entretien avec la Chargée de Mission Touristique de Plaine Commune).

Une méthodologie pour démarrer la mise en tourisme du Grand Paris a été proposée par l'Atelier du Grand Paris¹⁰⁴. Elle nécessite de recenser tout d'abord les "lieux dits magiques". Après une étude effectuée lors de mon atelier de terrain, j'ai pu recenser l'ensemble des lieux sur Plaine Commune que l'on peut définir comme "hors des sentiers battus". J'ai alors effectué le recensement de ces lieux avec une de mes camarades lors de notre atelier parce qu'il nous était apparu qu'il n'y avait pas une vision claire et d'ensemble des offres "hors des sentiers battus" du tourisme classique. Les lieux du quotidien, souvent définies par les acteurs touristiques comme "authentiques" invitent à s'immerger dans un quartier. Les marchés typiques, comme celui de Saint-Denis, des randonnées urbaines ainsi que des expériences culinaires dans des restaurants incontournables sont présents et présentés aussi par les habitants eux-mêmes (exemple de l'association Bastina). Enfin, la découverte de l'urbain à travers ses nombreuses friches, des domaines du street-art et de l'art de rue avec des lieux comme le 6b, Carbone 17 ou encore la Briche est aussi une des grandes thématiques développées dans ces lieux "hors des sentiers battus". Le recensement que nous avons effectué lors de notre Atelier de Terrain¹⁰⁵ (voir liste et tableau ci-dessous) constitue un des piliers de la gouvernance pour définir une offre cohérente et efficace. Ce recensement pourrait être réalisé sur d'autres territoires du nord-est parisien, il répondrait alors à une des recommandations méthodologiques proposée par l'Atelier du Grand Paris¹⁰⁶.

¹⁰⁴ *Grand Paris du Tourisme. Ici je suis ailleurs*. Equipe Castro-Denissof & Associés, Silvia Casi, Jean Pierre le Dantec, Berim, Nexity. Atelier International du Grand Paris, juin 2016, 37pages ([document téléchargeable](#))

¹⁰⁵ Analyse et optimisation des sites et outils numériques pour valoriser unifier et clarifier l'offre pour la création d'une nouvelle narration, Atelier de Terrain Janvier 2020 (Adélie BERNARD, Gabriel BOSSARD, Khrystyna BURAK, Pierre COWET, Marina DUFIX, Camille MORNON. Étudiants de l'IREST - sous la coordination de Maïa Ghattas)

¹⁰⁶ *Vers des lieux hybrides*. Seura Architectes / David Mangin. Atelier International du Grand Paris, 27 juin 2016, 25 pages ([document téléchargeable](#))

Expériences insolites (Caractéristique 1 dans le tableau ci-dessous)

- Transhumance de brebis, du parc de la Courneuve à Villetaneuse (proposé par ExploreParis : 10 euros)
- Visite du marché aux puces de Saint-Ouen (ExploreParis : 10 euros)
- Escape game à la cathédrale Saint-Denis (Office de tourisme Plaine co: 40 euros)
- Croisière musicale sur le canal (ExploreParis, dépend de l'événement)
- L'été du canal et ses événements
- Visite en musique de la Basilique Cathédrale de Saint-Denis
- Visite nocturne de la Basilique Cathédrale de Saint-Denis
- Visite de la Briche Foraine, festival à la Briche à Saint-Denis
- Tous les jeudis, concerts et apéro au 6b à Saint-Denis
- Se restaurer à la Commune Image de Saint-Ouen

Vivre le quotidien (Caractéristique 2 dans le tableau ci-dessous)

- Découverte de marchés typiques : celui de Saint-Denis par exemple
- La route des Indes à La Courneuve, un voyage au cœur des communautés tamoule, pakistanaise et indienne (site ExploreParis : 13 euros, moins de 14 ans, 0 euros)
- Les randonnées autour du canal et les jogg tour autour du Canal et du Street-Art
- Ma cocotte, restaurant incontournable en plein marché de Saint-Ouen
- Visite de la cité-jardin de Stains
- Les balades urbaines de Douces Banlieues
- Découverte de la Ferme Urbaine à Saint-Denis, possibilité d'achat de produits locaux

Les découvertes urbaines (Caractéristique 3 dans le tableau ci-dessous)

- Visite de la street art avenue (proposé sur ExploreParis : 13 euros)
- Saint-Denis, passion street art (proposé par l'Office du tourisme : 8 euros)
- La maladrerie d'Aubervilliers et ses artistes
- Découverte du 6b, son restaurant et ses événements artistiques durant toute la semaine
- Fenêtres sur rue, parcours d'art urbain à Saint-Denis (ExploreParis, 8 euros)
- Découverte de Carbone 17, espace d'exposition auto-géré à Aubervilliers
- Découverte du Landy Sauvage, salle de spectacle autogéré à Saint-Denis
- Découvrir Mob Hotel et son restaurant dans les anciens locaux de General Electrics, Saint-Ouen
- Découverte de grandes fresques murales street art à Aubervilliers
- Découverte de la Villa Mais d'Ici, friche urbaine d'Aubervilliers lors de festivals
- Balade urbaine avec l'association à Travers Paris qui permet de découvrir la Plaine et ses grandes transformations avec l'arrivée des JO 2024 (site ExploreParis : 0 euros)

Tableau recensant les lieux "hors des sentiers battus" selon les trois caractéristiques

Ville	Lieux / événements	Cara.1	Cara. 2	Cara. 3
Aubervilliers	Carbone 17	x		x
	Fresques : "Costella", "La maison bleue", "Plaine des Vertus", "Bateau en papier 2", "Silo béton", "SPL-02", "Salvador Allende".		x	x
	Square Stalingrad		x	
	La Maladrerie et ses artistes			x
	La villa mais d'ici et ses festivals	x		x
Épinay-sur-Seine	Cité du cinéma avec ses studios	x		
	Promenades le long de la Seine		x	
L'Île-Saint-Denis	Le 6b, ses événements et son restaurant	x	x	x
	Découverte de l'île lors d'une randonnée		x	x
	Promenade pedestre des impressionnistes : Alfred Sisley dessine l'île Saint-Denis	x	x	x
	Parc départemental de l'île		x	
	Les fresques "Injustice", "Trop de Murs".			x
La Courneuve	Transhumance de brebis (du parc de la Courneuve à Villetaneuse)	x	x	
	Découvrir la communauté Tamoule avec l'association ANARDANA		x	
	La route des Indes		x	
Pierrefitte-sur-Seine	Les secrets des Archives Nationales (visite)	x		
Saint-Denis	Marché de la ville		x	
	La Basilique Cathédrale de Saint-Denis (visites insolites)	x		

	Escape game à la crypte de la Basilique	x		
	Landy Sauvage	x		x
	La Briche et son festival	x	x	x
	Parcours de street art			x
	Street art avenue			x
	Ferme ouverte de Saint-Denis	x		
	L'orfèvrerie, ancienne usine, résidence d'artiste et d'artisans	x		x
Saint-Ouen-sur-Seine	Mob Hotel			x
	Ma cocotte		x	x
	Marché aux puces de Saint-Ouen (visites guidées)	x		x
	La Commune image, ses événements et sa cantine	x		
Stains	Visite de la cité-jardin		x	
	Studio théâtre et ses représentations capsule	x	x	
Villetaneuse	Transhumance de brebis (du parc de la Courneuve à Villetaneuse)		x	

La promotion de ce type de tourisme nécessite la mise en place d'une politique cohérente à tous les niveaux métropolitains (que ce soit la région, la métropole, les territoires ou les communes). Sans prétendre à l'exhaustivité, le recensement de ces lieux et leur exposition nécessite par la suite une politique de communication plus systématisée. En échangeant avec la mission tourisme de Plaine Commune, la question de la clarification de l'offre et de sa visibilité sur le territoire est clairement apparue comme critique. Nous avons, à notre niveau, tenté d'identifier la visibilité des offres classiques, patrimoniales et plus insolites sur les sites prescripteurs afin de voir les atouts et les faiblesses du territoire. A l'échelle métropolitaine, une gouvernance

systematique d'ensemble complétant les politiques locales (communes, territoires, départements, métropole, région) apparaît nécessaire pour l' "artialisation"¹⁰⁷ du territoire.

Ainsi, depuis plus de 5 ans, les acteurs institutionnels se fédèrent pour la construction d'un Grand Paris du tourisme. Explore Paris est, comme nous l'avons précédemment cité, devenue une des plateformes de références pour identifier des sorties originales sur le Grand Paris, où l'art urbain et contemporain prend toute sa place. Ce site s'inscrit dans le cadre du contrat de destination signé avec l'État en juin 2016. Il souligne le travail de gouvernance mené pour recenser, harmoniser et clarifier cette offre. Ce travail découle d'un partenariat et d'une étroite collaboration entre l'office de tourisme et des congrès de Paris, les comités départementaux du tourisme des Hauts-de-Seine, de Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne, la RATP, le Welcome City Lab, l'IREST et Atout France¹⁰⁸.

C. La difficile conceptualisation pratique d'une destination touristique autour de l'art urbain et contemporain pour les professionnels du tourisme (Guide de tourisme, Office du Tourisme, Guide de Street Art...)

«Grâce à ces propositions, nous encourageons les habitants de la région à privilégier la proximité plutôt que de prendre l'avion. C'est une offre touristique de proximité, au bilan carbone bas et qui permet de réduire les inégalités territoriales grâce au partage de la manne touristique de Paris »¹⁰⁹

C'est par ces mots que Jean-François Martins, maire-adjoint de Paris en charge du tourisme, souligne l'utilité de proposer via les acteurs institutionnels des pratiques touristiques de proximité. Cela dépasse le défi de faire passer le périphérique à la clientèle étrangère et de séduire la nouvelle génération. Comme le souligne Sophie Mandrillon, directrice marketing d'Atout France : *« Selon les études de notoriété, Paris reste la première destination mondiale mais les moins de 35 ans n'éprouvent pas le besoin de s'y rendre immédiatement et préfèrent d'autres capitales jugées plus dynamiques. Il faut parvenir à créer une urgence de visite.*

¹⁰⁷ Le processus d'**artialisation** montre comment le regard paysager résulte d'une construction culturelle, historiquement datable (genre pictural paysager à partir du XVI^e siècle) qui donne à voir le paysage, non par la simple juxtaposition d'éléments visuels épars, mais plutôt comme une structure d'ensemble, sorte de modèle paysager à usage de contemplation qui doit beaucoup aux codes culturels de la représentation artistique. Le concept d'artialisation s'infiltré depuis la fin des années 1990 sur le terrain notionnel de la géographie en invitant à repenser le regard paysager, en lien avec le paradigme sur l'organisation et la différenciation des espaces. Yves Petit-Berghem et Tiphaine Deheul, 2018 (Géoconfluences Glossaire)

¹⁰⁸ <https://exploreparis.com/fr/>

¹⁰⁹ <https://94.citoyens.com/2019/le-grand-paris-du-tourisme-fait-recette-localement,24-09-2019.html>

Renouveler les propositions comme #ExploreParis le fait peut jouer là-dessus ». L'ensemble des acteurs doit aussi conceptualiser ces évolutions et également s'investir pour en assurer la promotion. En effet, lors de recherches sur le site de la Fnac, un seul guide touristique fraîchement sorti sur le street art (Guide du street art à Paris, Stéphanie Lombard, Alternatives, 2020) ressort dans les 3441 livres référencés¹¹⁰. Celui-ci propose d'ailleurs des balades dans le Grand Paris mais utilise toujours le nom de Paris, sûrement pour améliorer son référencement. Pour ce qui est de l'image de destination propre des territoires du Grand Paris, Plaine Commune et Est Ensemble n'apparaissent déjà pas dans les sites de référencement touristiques. Il est alors difficile de véhiculer une image de destination au-delà de Paris si même les guides ne définissent pas clairement les territoires périphériques. Ainsi, en ayant fait une analyse du référencement et de la narration des sites de réservation sur Plaine commune lors de mon atelier de terrain de Master 2, nous avons regardé comment étaient référencés les sites touristiques identifiées sur l'Office de tourisme de Plaine commune. Après avoir fait la recherche en navigation privée, grâce à une méthodologie et des critères précis, nous avons pu établir un diagnostic de leurs atouts et de leurs limites. L'analyse lexicale des sites répertoriés sur Tripadvisor utilisée pour définir l'image de destination a permis d'évaluer la manière dont l'offre était réceptionnée, perçue et communiquée par les touristes.

Une grande partie des lieux touristiques ne sont pas identifiés dans la destination touristique Plaine Commune. L'art urbain et contemporain permettent-ils alors de rendre plus visible ces destinations (qui n'en sont pas pour les prescripteurs classiques pour le tourisme) ? Il semblerait en tout cas que la thématisation favorise la mise en avant de ces destinations sans pour autant y associer les noms administratifs de ces espaces. Ainsi Lonely Planet référence dans cet article Paris, capital du graffiti ? ¹¹¹ Neufs grands lieux du graff comprenant des friches du nord-est parisien (l'Aérosol), les œuvres de Belleville et Ménilmontant mais aussi la Street Art Avenue qui est à la jonction de Paris et de Saint-Denis, le canal de l'Ourcq ou encore la fresque Rosa Parks qui s'étend sur le plus grand mur de Paris derrière le Cent Quatre entre le 18ème et Aubervilliers. Ainsi, 5 des 9 lieux identifiés par le guide touristique font partie de mes territoires d'enquête. De plus, la nomination du titre Paris souligne bien dans cet article la volonté de ne pas différencier de manière binaire le centre de la périphérie.

¹¹⁰<https://www.fnac.com/SearchResult/ResultList.aspx?SCat=0%211&Search=guide+paris+art+urbain+&sft=1&sa=0>

¹¹¹ <https://www.lonelyplanet.fr/article/paris-capitale-du-graffiti>

Malgré cette évolution, il est encore difficile, notamment pour les acteurs publics et privés, d'évaluer une destination sur cette thématique, sans conceptualiser les espaces entre Paris et sa banlieue, sa banlieue et ses banlieues. Il serait alors judicieux de poursuivre cette réflexion en analysant la narration des destinataires sur les espaces et les produits touristiques d'art urbain et contemporain qu'ils pratiquent et consomment sur ce périmètre afin de savoir si ceux-ci ont un poids pour contribuer à changer l'image de ces territoires et être à leur tour les ambassadeurs de ceux-ci.

Conclusion

Paris est la première destination mondiale pour le tourisme, le secteur s'est affirmé comme une ressources économique majeure. Le monde artistique gravitant autour de l'art urbain et contemporain gagne en notoriété et devient un objet de touristification. Les œuvres côtoient alors d'autres sphères et les influencent, de la publicité à la communication en passant par le marketing territorial. Les œuvres d'art urbain se retrouvent ainsi sur ce "marché de l'art". Les artistes doivent alors faire face à une réalité politique, artistique et économique qui diffère fondamentalement de celle des débuts de leur pratique, jugée hors la loi et/ou dénigrée. L'évolution de l'art urbain et son institutionnalisation tendent donc à changer la relation artiste/environnement. L'évolution de l'art vers sa marchandisation et son caractère toujours aussi communicatif soulèvent d'autres enjeux pour de nouveaux acteurs, dont les galeries d'arts, les musées, les passants touristes et aussi les collectivités.

La Mairie de Paris et les Établissements Publics Territoriaux ont, via l'établissement de schémas touristiques et des plans d'action qui en découlent, volonté de développer un pôle touristique régional dans lequel Paris serait une porte d'entrée de destination. Cela permettrait de développer de nouvelles offres dans des territoires non connus, tout en structurant une identité métropolitaine, par exemple au travers de balades urbaines. Ces aspirations prennent de l'ampleur dans le contexte de la préparation des JO de 2024 et dans le cadre de l'aménagement du Grand Paris. Dans ce contexte, l'État, la Région et son CRT, le Département et son CDT, ont dessiné en 2001 un pôle autour du réseau des grands sites de tourisme d'agrément et de tourisme d'affaires implantés en Seine-Saint-Denis et sur le site de la Villette (Stade de France, basilique de Saint-Denis, musée de l'Air et de l'Espace, la Villette, les parcs des expositions du Bourget et de Paris-Nord Villepinte, les Puces de Saint-Ouen). En effet, si la Seine-Saint-Denis n'a pas *a priori* une réputation touristique, il apparaît cependant que dans les trois grands champs qui intéressent le monde du tourisme et des loisirs, ceux du tourisme d'agrément, du tourisme d'affaires et des loisirs de proximité, elle peut faire valoir une offre consistante qui contribue à une activité touristique bien réelle (qu'il s'agisse de l'activité hôtelière ou de l'émergence de nouveaux éléments d'attraction touristique, notamment événementiels et culturels). L'aménagement urbain et métropolitain influe sur la mise en tourisme de la destination même si l'ensemble des projets ne sont pas revendiqués comme étant touristiques. L'idée de "traquer le phénomène urbain sous condition du tourisme est en tout cas des plus pertinentes et il serait regrettable d'autonomiser des "études touristiques" car elles

s’inscrivent pleinement dans le champ des études urbaines”¹¹². On constate que l’art urbain et contemporain s’inscrivent pleinement dans les projets d’aménagement structurant de la métropole du Grand Paris, en témoigne leur intégration aux aménagements des transports (trams et gares de trams ou de lignes de métro). De plus, les acteurs publics tendent à institutionnaliser ces pratiques afin, d’une part, de mieux gérer ce qui se produit sur l’espace public et, d’autre part, de valoriser, rendre visible et féliciter des actions culturelles autour du développement de ces lieux hors des sentiers battus. Les friches urbaines Tempo’¹¹³ ont par exemple gagné un des prix des Défis Urbains lancé par InnovaPresse à Est Ensemble, illustrant ainsi la capacité du territoire à se renouveler et se développer. L’art dans la ville et l’art contemporain s’inscrivent donc dans des démarches publiques de développement territorial, qui sont encore peu étudiées. Les études produites sur le sujet se cantonnent souvent à des démarches communales ou intercommunales sans donner lieu à une analyse plus théorique en se référant à des situations concrètes dans le temps et dans l’espace¹¹⁴. Ainsi, les sphères urbaines du tourisme sont associées et nourries d’images mentales assez consensuelles qui placent le touriste comme un flâneur invétéré dans les métropoles contemporaines. Des circuits se développent autour de cette tendance de contemplation sur les territoires infusés par l’art dans la ville, contemporain et urbain, en marge des circuits trop touristiques et banalisés. Nonobstant, la touristification des espaces à l’échelle métropolitaine et régionale demeure difficile, même si les stratégies des acteurs endogènes et exogènes vont dans le sens de proposer des circuits touristiques moins monumentaux au côté de l’offre touristique classique et romantique associée à la capitale. En effet, la visite de lieux patrimoniaux constitue toujours aujourd’hui un des piliers du tourisme dans les espaces urbains, il reste le tourisme le plus développé à l’échelle métropolitaine. Le tourisme urbain et contemporain pouvant s’inscrire dans un tourisme “hors des sentiers battus” s’est aussi renforcé ces dernières années via l’intervention de multiples acteurs pour capitaliser sur un élargissement spatial de la pratique touristique de l’hyper centre vers ses périphéries intra et extra muros (18,19, 20ème et deux EPCI du 93). Cette demande demeure encore de niche et peu structurée au regard de l’aménageur puisque les projets, bien que présents, ne sont pas encore suffisamment structurants et globaux. Ces dysfonctionnements s’observent au regard non seulement de l’aménagement par des projets ponctuels et réflexifs (friches, événementiel urbain comprenant

¹¹² Fabry Nathalie, Picon-Lefebvre Virginie, Pradel Benjamin (dir/éd). *Narration touristique et fabrique des territoires. Quand tourisme, loisirs et consommation réécrivent la ville*. Coll. Critiques et Cités. Ed L’œil d’Or, 2015, 230 pages.

¹¹³ Tempo’ Appel à Manifestation d’intérêt du territoire Est Ensemble. ([document téléchargeable](#))

¹¹⁴ Kosianski Jean-Michel. Dans *Revue d’Économie Régionale & Urbaine*, 2011/1, pages 81 à 111.

la promotion du street art (Eté du Canal, Nuit Blanche)) mais aussi d'une coopération d'ensemble sur le projet d'un Grand Paris où l'angle touristique semble être oublié¹¹⁵. De plus, les rapports à l'art urbain et contemporain d'une part et à sa touristification d'autre part sont très différents pour les acteurs, qu'ils soient culturels, touristiques ou encore politiques. Comme l'énonce Michel Lussault¹¹⁶, les impératifs de "démocratisation culturelle" et de "lien spatial" au sein de la ville sont des idéologies spatiales dominantes qui selon les contextes évaluent ou occultent la dimension touristique des projets. Il en ressort cependant, que de manière générale, les acteurs touristiques soulignent un oubli du tourisme comme "facteur de développement urbain ou de poids économique substantiel dans la consultation du Grand Paris". Cette branche n'a pas été suffisamment mobilisée "comme outil théorique pour penser les questions " de fabrication" de la métropolité parisienne", selon les termes de Renard. Les stratégies d'aménagement touristique sont alors difficilement conciliables avec une stratégie d'ensemble à l'échelle métropolitaine, d'autant plus sur la thématique de l'art contemporain et urbain. Cette thématique de l'art urbain et contemporain pour le tourisme entraîne de surcroît des conflits du fait des pratiques développées autour de leur acceptation par l'ensemble des acteurs en présence.

Il faut ajouter à ces conflits la difficulté à favoriser la potentialité touristique, puisqu'elle est essentiellement factuelle. Il est plus difficile de touristifier un espace qui ne l'est pas, de plus l'imaginaire nécessite que les pratiquants eux-mêmes soient et deviennent prescripteurs d'une destination (les aménageurs ne pouvant l'être pour eux). La gouvernance témoigne aussi d'une difficulté d'agir à un niveau de planification interscalaire et multi-acteurs comme nous avons pu le souligner pour énoncer une destination touristique. La destination ne se définit pas simplement par son caractère géographique, celle-ci est le fruit d'une coproduction d'attentes entre potentiels usagers, des prescripteurs et des localités. Elle est à la fois une expérience concrète d'une visite souvent thématique et un horizon d'attente, or celui-ci n'est pas le même selon les acteurs et selon la localité. L'ensemble de ces problématiques semblent contraindre la mise en place des conditions d'un renouvellement des pratiques patrimoniales sur un territoire plus élargi. L'examen des projets et des discours produits sur l'art urbain et contemporain

¹¹⁵ Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (dir/éd). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

¹¹⁶ Fabry Nathalie, Picon-Lefebvre Virginie, Pradel Benjamin (dir/éd). *Narration touristique et fabrique des territoires. Quand tourisme, loisirs et consommation réécrivent la ville*. Coll. Critiques et Cités. Ed L'œil d'Or, 2015, 230 pages.

s'appuie aussi sur des discours patrimoniaux dans les communes périphériques autour d'anciennes usines désaffectées. L'art urbain notamment ou la création de friches singulières (exemple de la Villa Mais d'Ici) sur ces territoires n'apportent que partiellement le renouvellement des pratiques touristiques sur un territoire élargi. D'autres initiatives comme le tourisme "créatif", "participatif" se développent timidement à côté du tourisme urbain classique et esquissent différentes lectures de la banlieue et de son évolution. Cependant, il serait judicieux d'analyser l'évolution des pratiques touristiques, notamment des excursionnistes, suite à la crise sanitaire sur ces territoires. Y-aura-t-il un changement des pratiques touristiques, l'expérience de lieux "hors des sentiers battus", moins touristiques que les grands monumentaux ou les grands sites touristiques se suffira-t-elle pour faire voyager le visiteur ?

Pour ce qui est de l'espace vécu et l'espace conçu par les acteurs, le storytelling fait partie intégrante de la touristification des œuvres d'art contemporain et urbain. Un changement d'approche se fait ressentir aussi de la part des territoires de la banlieue. Ainsi, dans les discours des acteurs publics, les termes de la "banlieue" qui touchent aussi l'art urbain et contemporain sont évoqués plus discrètement, la dimension militante étant mise un peu de côté. Pourtant, pour l'ensemble des acteurs de Plaine Commune ou d'Est Ensemble, la volonté est de créer une destination touristique spécifique de la banlieue. Le tourisme dans ces espaces, via ces thématiques de l'art contemporain et urbain plus spécifiquement, occupe une place discrète, qui se justifie toujours par la volonté des acteurs à développer localement le territoire. L'idéologie portée par les acteurs publics, les actions culturelles développées et les réactions locales de résistance ou alors d'appropriation ont souvent pour effet de faire de ces territoires des destinations singulières en banlieue et pour la banlieue. A côté de cette problématique difficile liée à l'émergence d'une image de destination commune à la banlieue tant celle-ci regroupe des acteurs hétérogènes multiples et aux intérêts différents, il semble être encore plus difficile de faire émerger l'idée d'une continuité entre Paris et la banlieue par l'art urbain et contemporain. On peut cependant noter que les reconfigurations institutionnelles favorisent l'émergence d'une nouvelle narration complémentaire à la narration patrimoniale classique développée depuis plus d'une dizaine d'années. Elles sont alors le support de mise en tourisme basé sur des nouvelles échelles, entre département (qui joue un rôle actif pour la coordination et la promotion des produits d'art urbain et contemporain), intercommunalité, commune, arrondissement, bassin fluvial, déjouant alors l'opposition séculaire entre Paris et sa périphérie. L'ancrage métropolitain tend alors timidement mais sûrement à faire émerger de nouveaux imaginaires associés au tourisme urbain. Par exemple, une jeune femme interrogée sur son parcours en

solitaire sur la Street Art Avenue de Saint-Denis n'avait pas eu la même impression que les nombreux passagers de la croisière Street Art et Hip-Hop effectuée lors de l'Été du Canal qui avaient profité des explications de deux spécialistes du domaine pour comprendre la place de cet art sur ce territoire. Ceux-ci avaient d'ailleurs repris dans leur narration les processus d'emblématisation et de patrimonialisation de cette culture, en l'associant aussi à ces territoires. Ils ont alors souligné très justement que l'art dans la ville, urbain et contemporain, ne s'associait pas au prisme du défait (des territoires), de la perte (de symbolique), de l'emblème (un univers codifié, des techniques précises, des territoires de graff), mais d'une appréhension contemporaine de l'imaginaire de banlieue dans l'imaginaire d'une urbanité commune au-delà du périphérique puisque les œuvres de street artistes et leurs messages n'avaient pas de frontières. Il est alors question de savoir si les nouvelles narrations contemporaines autour de la fabrique de la ville, développées par les acteurs publics, privés associatifs permettent de nouvelles écritures de la ville. S'il est difficile de connaître l'avis des usagers de manière systématique, ils doivent être pour les acteurs publics des prescripteurs de leur propre territoire.

Pour synthétiser, les actions menées par les arrondissements du nord-est parisien et des deux EPCI sous le prisme de l'art urbain et contemporain renforcent le fait que le tourisme s'inscrit comme un système. C'est la notion d'habiter temporaire hors des lieux du quotidien, hors des lieux touristiques classiques que touche la sphère de l'art dans la ville, où un tourisme de "proximité" s'applique. Les narrations touristiques, comme celle effectuée par Pierre Rolin sur la périphérie parisienne au milieu des années 90, sont alors des outils d'analyse de la métropolisation des territoires et de leur propre réflexion sur le monde dans lequel elles s'inscrivent. L'institutionnalisation, la promotion voire la commercialisation et la narration des produits d'art urbain et contemporain nécessite le recours très fréquent à Internet et aux réseaux sociaux. Les œuvres sont photographiées, répertoriées et sont proposées lors d'événements ou de balades thématiques sur ces quartiers. Les œuvres sont stockées par les artistes eux-mêmes formant de véritable "crews". Ils sont suivis par de nombreuses personnes, qui peuvent, à leur manière, participer à la visibilité d'artistes et d'œuvres qui s'inscrivent sur des territoires précis. Au-delà du tourisme, la digitalisation de l'ensemble des secteurs d'activité de ce domaine favorise aussi la production et la valorisation des contenus artistiques forts, graphiques et esthétiques qui, partagés sur internet, favorisent la découverte de ces œuvres. Peut-être faudrait-il alors une simple connexion à Internet pour commencer son voyage et découvrir ce qu'est l'art urbain comme l'énonce Banksy « Sans doute... Aujourd'hui nul besoin d'aller à l'université, de se balader avec son portfolio, de faire de la lèche aux galeries et leurs nuées de prétentieux, pas

besoin non plus de coucher avec quelqu'un d'influent. Tout ce qu'il vous faut, c'est quelques idées et une connexion haut-débit. »¹¹⁷.

¹¹⁷ <https://www.galeriestacklr.com/citations-dartistes/>

Bibliographie – Sitographie

Articles de revues

Alaux Christophe, Serval Sarah, Zeller Christelle. *Le marketing territorial des petits et moyens territoires : identité, images et relations*. Dans Gestion et management public, 2015/4, pages 61-78.

Anderson Tommy D. *The tourist in the experience economy*. Dans The Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2007, 7, pages 46 à 58.

Andres Lauren, Grésillon Boris. *Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives. Regards croisés européens*. Dans L'Espace géographique, 2011/1, Tome 40, pages 15 à 30.

Arnaud Lionel. *Action culturelle et émancipation par la culture. Un éclairage socio historique*. Dans Informations sociales, 2015/4, n° 190, pages 46 à 56.

Blanchard Sophie, Talamoni Romain. *Street art et mise en tourisme de la métropole parisienne, des festivals aux street art tours*. Dans EchoGéo [Online], 2018, 44. URL: <http://journals.openedition.org/echogeo/15663>

Chapuis Amandine, Jacquot Sébastien. *Le tourisme, le migrant et la fable cosmopolite*. Dans Hommes et Migrations, 2014, 1308, pages 75-84.

Colardelle Michel. *Le tourisme culturel, une chance pour la culture, le tourisme et l'économie*. Dans Cahiers Espace, 1994, n°37, pages 30-33.

Collectif Degeyter. *La culture, entre fiction politique et nouveau mythe urbain*. Dans Sociologie de Lille, Coll. Repères, Ed. La découverte, 2017, pages 99 à 110.

Cousin Saskia, Djament-Tran Géraldine, Gravari-Barbas Maria, Jacquot Sébastien. *Contre la métropole créative ... tout contre. Les politiques patrimoniales et touristiques de Plaine Commune, Seine-Saint-Denis*. Dans Métropoles [Online] 2015, 17. URL : <http://journals.openedition.org/metropoles/5171>

Corbillé Sophie. *Paris-Métropole à l'épreuve du vécu métropolitain des quartiers gentrifiés du nord-est de Paris*. Dans Quaderni 2010/3, 73, pages 75 à 88.

Di Méo Guy. *La géographie culturelle : quelle approche sociale ?* Dans Annales de Géographie 2008/2-3, n°660-661, pages 47 à 66.

Duarte Michel, Cocault Régis. *L'art urbain s'invite le long des canaux parisiens*. Dans Revue Espaces, 2016, n° 331, pages 126 à 129.

Fainstein Susan S, Gladstone David (Trad. Balogun Françoise). *Évaluation du tourisme urbain*. Les Annales de la Recherche Urbaine, 2004, 97, pages 127-135.

- Füller Henning, Michel Boris. *“Stop being a tourist!” New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg*. Dans International Journal of Urban and Regional Research, 2014, 28, pages 1314 à 1318.
- Gallez Caroline, Maulat Juliette, Roy-Baillargeon Olivier, Thébert Martine. *Le rôle des outils de coordination urbanisme-transport collectifs dans la fabrique politique urbaine*. Dans Flux 2015/3-4, n°101-102, pages 5 à 15.
- Gaschet Frédéric, Lacour Claude. *Métropolisation, centre et centralité*. Dans Revue d'Économie Régionale & Urbaine 2002/1, pages 49 à 72.
- Genard Jean-Louis. *Cultures urbaines et politiques culturelles*. Dans SociologieS, Dossiers Diversification artistique et politiques culturelles [online] 2014.
- Guinard Pauline, Jacquot Sébastien, Kullmann Clotilde. *Les valorisations territoriales et touristiques du street art*. Dans EchoGéo [Online], 2018, 44. URL : <http://journals.openedition.org/sociologies/4575>
- Gravari-Barbas Maria, Delaplace Marie. *Le tourisme urbain « hors des sentiers battus ». Coulisses, interstices et nouveaux territoires urbains*. Dans Téréos [Online] 2015, 34, 1-2. URL: <http://journals.openedition.org/teoros/2790>
- Sophie Blanchard, Romain Talamoni. *Street art et mise en tourisme de la métropole parisienne, des festivals aux street art tours*. Dans Echo Geo [Online] 2018, 44 URL: <http://journals.openedition.org/echogeo/15663>
- Hazebroucq Jean-Marie. *Destinations innovantes et développement du tourisme*. Dans Marché et organisations 2007/1, n° 3, pages 117 à 153.
- Henry Philippe. *Les friches culturelles d'hier à aujourd'hui : entre fabriques d'art et démarche artistiques partagées*, Artefactories [Online] 2013, 13 pages. URL :<http://www.artfactories.net/Les-frichesculturelles-d-hier-a.html>.
- Idieder Joana. *MAC VAL. Favoriser la rencontre entre le public et l'art contemporain*. Dans Revue Espaces, 2019, n° 347, pages 70-75.
- Jacquot Sébastien. *Politiques de valorisation patrimoniale et figuration des habitants en banlieue parisienne (Plaine Commune)*. Dans Echo Géo [Online], 2015, 33. URL: <http://journals.openedition.org/echogeo/14317>
- Jovicic Dobrica. *Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism*. Dans Current Issues in Tourism, 2016, 19, 605-612.
- Kosianski Jean-Michel. *Territoire, culture et politiques de développement économique local : une approche par les métiers d'art*. Dans Revue d'Économie Régionale & Urbaine, 2011/1, pages 81 à 111.
- Lefebvre Nicolas, Sallet-Lavorel Hélène. *« Paris – la ville augmentée ». Un contrat de destination pour inventer le tourisme du Grand Paris*. Dans Revue Espaces tourisme & loisirs, 2016, n°331, 6 pages.

Maitland Robert, Newman Peter. *Developing metropolitan tourism on the fringe of central London*. Dans International Journal of Tourism Research, 2004, 6, pages 339 à 348.

Maitland Robert. *Conviviality and everyday life: the appeal of new areas of London for visitors*. Dans International Journal of Tourism Research, 2008, vol. 10, pages 15-20.

Maitland Robert. *Backstage behaviour in the global city: Tourists and the search for the "real London"*. Dans Procedia - Social and behavioral Sciences, 2013, vol. 105, Pages 12-19.

Marzloff Bruno. *City break, le temps, c'est ce que vous en faites*. Dans Revue Espaces 2007, n° 252, pages 34-38.

Moulin Didier. *Le street art. Un art rebelle ignoré par les institutions culturelles*. Dans Revue Espaces, 2018, n° 340, pages 49-55.

Nahrath Stéphane, Stock Mathis. *Urbanité et tourisme : une relation à repenser*. Dans Espaces et Sociétés, 2012/3, n°151, pages 7 à 14.

Pagès Dominique. *La métropole parisienne et ses récits : du projet de territoire à une possible identité narrative dialoguée ?* Dans Quaderni, 2010, n° 73, pages 9 à 24.

Rizzardo René. *Tourisme culturel : un élément d'aménagement du territoire*. Dans Cahier Espaces 1994, n°37, 8 pages.

Smith Karen A., Holmes, K. *Visitor centre staffing: involving volunteers*. Dans Tourism Management, 2012, 33, 562-568.

Stock Mathis. *Habiter comme « faire avec l'espace ». Réflexions à partir des théories de la pratique*. Dans Annales de géographie, 2015/4, n° 704, pages 424 à 441.

Tomas François. *Les temporalités du patrimoine et de l'aménagement urbain*. Dans Géocarrefour, 2004, vol. 79/3, pages 197-212.

Volvey Anne. *Land Arts. Les fabriques spatiales de l'art contemporain*. Dans Travaux de l'Institut de Géographie de Reims 2007, n° 129-130, pages 3-25.

Ouvrages

Ascher François. *Métapolis ou l'avenir des villes*. Ed Odile Jacob, Paris, 1995, 350 pages.

Armstrong Simon. *Street Art*. Coll. Art en poche. Ed. Flammarion, 2019, 176 pages.

Debarbieux Bernard. *Imaginaire Géographique*, Dans Dictionnaire de Géographie, Paris, Lévy J. & Lussault M.(direction/édition), Ed. Belin, 2003.

Cluzet Alain. *Le Grand Paris. L'accélération du monde*. Coll. Archigraphy Poche. Ed. Infolio2017, 187 pages.

Colomb Claire, Novy Johannes (*direction/édition*). *Protest and Resistance in the Tourist City*. Coll. Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility, Ed. Routledge, 2018, 358 pages.

Devwailly Jean-Michel, Flament Emile. *Le tourisme*. Coll. Campus, Ed. SEDES, 2000, 192 pages.

Duhamel Philippe. *Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs et territoires*. Coll. U : Géographie, Ed. Armand Colin Paris 2018, 288 pages.

Fabry Nathalie, Picon-Lefebvre Virginie, Pradel Benjamin (*direction/édition*). *Narration touristique et fabrique des territoires. Quand tourisme, loisirs et consommation réécrivent la ville*. Coll. Critiques et Cités. Ed L'œil d'Or, 2015, 230 pages.

Fischer André, Malézieux Jacques (*direction/édition*). *Industrie et aménagement*. Coll. Villes et entreprises. Ed L'Harmattan, 1999, 350 pages.

Gravari-Barbas Maria, Fagnoni Edith (*direction/édition*). *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*. Coll. Mappemonde. Ed. Belin, 2013, 320 pages

Gravari-Barbas Maria. *Aménager la ville par la culture et le tourisme*, Coll. Ville-aménagement. Ed. Le Moniteur 2013, 158 pages.

Harvey David. *The condition of postmodernity*. Ed Basic Blackwell, Oxford, 1989, 378 pages.

Heinich Nathalie. *Le paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*. Ed. Gallimard, Paris, 2014, 384 pages.

Kadri Boualem (*direction/édition*). *Dynamiques métropolitaines et développement touristique*. Coll. Tourisme. Presses de l'Université du Québec, 2014, 312 pages.

Kisselva Olga (*direction/édition*). *Art et territoire*. Coll. Arts Plastiques. Ed. de la Sorbonne, 2018, 142 pages.

Lazarotti Olivier. *Habiter le monde*. Coll. La documentation photographique, Ed. La Documentation Française, 2014, Dossier n° 8100, 64 pages.

Lozato-Giotart Jean-Pierre, Balfet Michel. *Management du tourisme les acteurs, les produits et les stratégies*. Coll. Tourisme, Ed. Pearson Education, 2004, 376 pages.

Poirrier Philippe (*direction/édition*). *Politique et pratiques de la culture*. Coll. Les Notices, Ed. La documentation française 2017, 321 pages (2^{ème} édition).

Tourisme et banlieue. Revue Espaces tourisme et loisirs 2004, n°216, 58 pages.

Création artistique et territoire. Revue Espaces 2019, n°347, 76 pages.

L'Observatoire. La revue des politiques culturelles. Éd. Observatoire des politiques culturelles. Années 2007 à 2018

Conférences

Proulx Denis, urbaniste et architecte, professeur, département d'études urbaines et touristiques, UQAM. *Les ingrédients de l'art urbain pour améliorer la ville*. Conférence URBA 2015, 4 février 2008

Duarte Michael, chef de projet Développement touristiques Comité départemental du tourisme de Seine-Saint-Denis. *Le tourisme alternatif dans le 93*. Conférence prononcée à l'IREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 15 novembre 2014.

Thuriaux Fabrice, Faculté de Droit et Science Politique à l'Université de Reims Champagne Ardennes. *Les fiches culturelles : de l'expérimentation artistique à l'institutionnalisation du rapport au(x) public(s)... et inversement*, Communication au colloque Les arts de la ville et leur médiation, Université de Metz, 13--15 juin 2002.

Mémoires de stage de master / de thèse

Mazenc Loïc. *Le Street Art, ou l'institutionnalisation problématique d'une pratique contre-culturelle*. Mémoire de M1 RES 2014-2015, Université Jean Jaurès. 98 pages. URL : https://www.researchgate.net/publication/320667331_Le_street-art_ou_l'institutionnalisation_problematique_d'une_pratique_contre-culturelle

Yang Chorong. *Graffiti et Street Art. Etude des discours historiographique et de la critique esthétique d'une forme sociale de modernité visuelle. Volume 1*. Mémoire de thèse de l'Université Pierre Mendès - Grenoble. Spécialité Histoire de l'art 2014. 536 pages. URL: https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01168748/file/31785_YANG_2014_archivage.pdf

INTERNET

Documents téléchargeables

Le Canal Saint Denis, un grand équipement public métropolitain. Tome 1. Etude pour l'Atelier Parisien d'Urbanisme. Décembre 2017, 27 pages.

<https://data.seinesaintdenis.fr/politiques/Politiques%20amenagement%20de%20developpement%20durables/Developpement%20et%20attractivite%20des%20territoires/Documents/Le%20canal%20Saint-Denis,%20un%20grand%20equipement%20public%20metropolitain%20plan-programme%20-%202017.pdf>

Grand Paris du Tourisme. Ici je suis ailleurs. Equipe Castro-Denissof & Associés, Silvia Casi, Jean Pierre le Dantec, Berim, Nexity. Atelier International du Grand Paris, juin 2016, 37pages. https://www.ateliergrandparis.fr/tourisme/RENDU_Tourisme_Castro-Casi-LeDantec.pdf

Lieux et Hauts lieux des densités intermédiaires. Plan Urbanisme Construction Architecture. Appel à proposition de recherche "Du Périurbain à l'urbain" - Sandrine Berroir, Xavier

Desjardins, Antoine Fleury, Christophe Queva (coordination). Janvier 2015, 234 pages.

http://www.urbanisme-puca.gouv.fr/IMG/pdf/Rapport_PUCA_Hauts_lieux-1.pdf

Vers des lieux hybrides. Seura Architectes / David Mangin. Atelier International du Grand Paris, 27 juin 2016, 25 pages.

https://www.ateliergrandparis.fr/tourisme/RENDU_Tourisme_SEURA.pdf

La mise en tourisme des territoires du Grand Paris : enjeux et perspectives. Atelier International du Grand Paris, Mai 2016, 100 pages

[https://www.ateliergrandparis.fr/tourisme/La mise en Tourisme du Grand Paris HD.pdf](https://www.ateliergrandparis.fr/tourisme/La_mise_en_Tourisme_du_Grand_Paris_HD.pdf)

Schéma de Développement du tourisme et des loisirs d'Ile de France -2017-2021

<https://www.iledefrance.fr/sites/default/files/2019-06/srdtl.pdf>

Contrat de développement territorial 2014/2030. Territoire de la culture et de la création. Plaine Commune.

https://plainecommune.fr/fileadmin/user_upload/Portail_Plane_Commune/LA_DOC/PROJET_DE_TERRITOIRE/Projet_metropolitain/CDT_2014.pdf

Schéma Touristique de Plaine Commune- 2018-2022

https://plainecommune.fr/fileadmin/user_upload/Portail_Plane_Commune/LA_DOC/THEMATIQUES/Tourisme/SchemaTouristique_2018-2022.pdf

Le Grand Pari(s). L'île de France de demain s'invente aujourd'hui.

http://www.prefectures-regions.gouv.fr/ile-de-france/content/download/24043/166304/file/Brochure_Grand_Paris_23-06-2016-1.pdf

Services urbains intégrés.

https://www.cohesion-territoires.gouv.fr/sites/default/files/2019-07/services_urbains_integres_fr.pdf

Le polycentrisme en Ile-de-France. Rapport de groupe de travail élaboré sous la responsabilité de Daniel Séné pour la Direction Régionale de l'Équipement d'Ile de France. Décembre 2013.

http://www.driea.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Le_polycentrisme_en_idf_cle0ee861.pdf

Tempo' Appel à Manifestation d'intérêt du territoire Est Ensemble.

<https://www.rtes.fr/system/files/inline-files/TempO%27.pdf>

Sites internet

<http://www.cohesion-territoires.gouv.fr/>

<https://www.tourisme93.com/art-contemporain-paris-nord-est.html>

<http://www.culture.gouv.fr/Actualites/Musee-de-Saint-Denis-des-projets-culturels-qui-engagent-la-population,15/02/2019>

<https://blog.tourisme93.com/monincroyable-93/mon-incroyable-93-le-documentaire.html>

<https://hospitality-on.com/fr/tourinvest-forum/tourinvest-forum-le-grand-paris-express-opportunit e-pour-le-developpement-hotelier>

<http://www.metropolegrandparis.fr/fr/content/carte-des-territoires>
<https://www.lejournaldugrandparis.fr/est-ensemble-des-elus-attentifs-aux-dynamiques-metropolitaines>
<https://www.est-ensemble.fr/est-ensemble-se-dote-schema-de-politique-culturelle>
<https://www.parisinfo.com/decouvrir-paris/guides-thematiques/art-contemporain-paris/l-art-aux-4-coins-du-grand-paris/l-art-aux-quatre-coins-du-grand-paris>
<https://www.paris.fr/services-et-infos-pratiques/urbanisme-et-architecture/projets-urbains-et-architecturaux/paris-nord-est-elargi-10e-18e-19e-2708>
<https://www.timeout.fr/paris/art/street-art-paris>
<http://www.104.fr/>
<http://www.musee-mobile.fr/4/>
<https://lesplateauxsauvages.fr/ville-de-paris/>
http://digimag-anru.r/Article/Fiche/item/la_friche_bat_le_temp_o-389.sls
<https://www.ateliersmedicis.fr/programme/creation-en-cours-679>
<https://www.lejournaldugrandparis.fr/ateliers-medicis-embleme-grand-paris-de-culture/>
<https://fr.slideshare.net/patgen/les-tiers-lieux-espaces-demergence-et-de-crativit-res2010>
<http://www.lefigaro.fr/flash-eco/2018/12/20/97002-20181220FILWWW00365-grand-paris-express-des-tandems-artistesarchitectes-pour-humaniser-les-nouvelles-gares.php>
<http://grandparis.promenades-urbaines.com/>
<https://www.streetpress.com/sujet/72216-le-20e-va-t-il-vraiment-devenir-l-arrondissement-du-graffiti-a-paris>
<https://exploreparis.com/fr/112-balade-l-art-du-graff-paris-19e.html>
<http://www.artandtown.fr/>
https://archives.entreprises.gouv.fr/2012/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/etudes/demande/city_break08.pdf/
<https://www.gestiondesarts.com/media/wysiwyg/documents/Genard.pdf>
<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1305>
<http://www.prefectures-regions.gouv.fr/ile-de-france/content/download/24043/166304/file/Brochure%20Grand%20Paris%2023-06-2016-1.pdf>
<https://laviedesidees.fr/ Terroni-Cristelle .html>
<http://www.embellir.paris/fr/sites/1343-le-motif-dans-le-tapis-aam-solleveld.html>
<http://www.embellir.paris/fr/sites/1341-les-intruses-genie-du-lieu-screens-of-colours.html>
<http://www.embellir.paris/fr/sites/1352-les-quais-changeants-florian-viel-et-le-cneai.html>
http://www.embellir.paris/fr/sites/1351-stay-nude-escif-et-brillo_y_sabor-studio.html
<http://www.embellir.paris/fr/sites/1353-les-images-de-la-musique-alain-fleischer.html>
<https://start.lesechos.fr/au-quotidien/voyage-expatriation/la-microaventure-le-voyage-en-bas-de-chez-soi-1175005>
<https://laviedesidees.fr/ Terroni-Cristelle .html>
<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/apres-tourisme-post-tourisme>
https://www.lexpress.fr/actualite/paris-xxe-des-elus-amateurs-de-street-art_1226594.html
<https://www.cig929394.fr/public/emploi/panorama-petite-couronne>
<http://www.urbanarts.fr/la-legende-des-cieux/>
<https://uk.tourisme93.com/amarrage-art-gallery.html>
<https://www.galeriestacklr.com/citations-dartistes/>

<https://www.paris.fr/pages/paris-signe-une-charte-pour-les-projets-d-occupation-temporaire-7094>
<https://www.paris.fr/pages/pour-ses-10-ans-le-tramway-t3-poursuit-sa-conquete-de-l-ouest-4360>
<https://www.velo-territoires.org/schemas-itineraires/schema-national/v16/>
<https://www.velo-territoires.org/schemas-itineraires/schema-national/v33/>
<http://grsentiers.org/topo-guides/80-gr-655-sentier-vers-saint-jacques-de-compostelle.html>
<https://uk.tourisme93.com/map-of-street-art-in-bagnolet.html>
<https://jr-art.net/fr/about>
<http://vvpam.com>
<https://lavoixdelarturbain.com/carte-street-art-paris/>
<https://enquetes.u-pem.fr/index.php/survey/index/sid/159761/token/ngcv7ycpu3ba6xi/lang/fr>
<http://www.art42.fr/en/home.html>
<https://www.paris.fr/pages/paris-signe-une-charte-pour-les-projets-d-occupation-temporaire-7094#:~:text=Le%2026%20ao%C3%BBt%202019%2C%20la,de%20partenaires%20publics%20et%20priv%C3%A9s.>
https://www.persee.fr/doc/agora_1268-5666_2006_num_41_1_2293_t14_0173_0000_2
<https://www.tourisme93.com/cdt93.html>
<https://www.tourisme93.com/document.php?pagendx=101>
<https://www.batiactu.com/edito/paris-et-promoteurs-s-associent-conquete-friches-urbaines-57186.php>
<https://www.tourisme93.com/document.php?pagendx=267>
<https://www.visitparisregion.com/fr/parcours/parcours-itineraires/street-art-nord-est-de-paris-region>
<https://exploreparis.com/fr/>
<https://94.citoyens.com/2019/le-grand-paris-du-tourisme-fait-recette-localement,24-09-2019.html>
<https://www.lonelyplanet.fr/article/paris-capitale-du-graffiti>
<https://streetcountdown.paris/category/le-street-art-du-20e-au-1er/le-18e/>
<https://www.galeriestacklr.com/citations-dartistes/>