



Université PARIS 1 PANTHEON-SORBONNE

University of Paris 1 PANTHEON-SORBONNE

Equipe Interdisciplinaire de REcherche Sur le Tourisme (EIREST)

International Research Team on Tourism (IRST)

Institut de Recherche et d'Etudes Supérieures du Tourisme (IREST)

Research Institute of Higher Education Studies on Tourism (IREST)

Appel à communications au colloque
Call for papers

PARIS, TOURISME et METROPOLISATION

**Echelles, acteurs et pratiques du tourisme d'une
« destination capitale »**

PARIS, TOURISM and METROPOLISATION

**Scales, actors and approaches to tourism at a
"capital destination"**

Du 24 au 26 juin 2010

June 24th to June 26th, 2010

PARIS, La Sorbonne

Amphithéâtre Richelieu



Paris, Paris metropolis, Greater Paris area, Seine metropolis: which approach to tourism?

Paris is unquestionably a tourist showcase; its 27 million visitors¹ are proof of its dynamism in the tourism field. So the city deserves to advertise itself as "the tourism capital of the world". If we include the 44 million² visitors to the region, as a whole, "destination Paris" is confirmed as a metropolitan destination.

Yet, due to international territorial competition, the perpetuation and expansion of this renown, in the national and international context, remains a constant concern.

The question of territories, of scale and of synergy between actors is closely linked to the future of tourism in the greater Paris area. In point of fact, the perimeter of Paris is too limited in relation to metropolitan dynamics, including those connected to tourism.

Faced with the need to renew and diversify the tourism images of Paris *intra muros*, it becomes crucial to take into consideration the different scales of the Paris metropolis; in so far as it is considered to be a multiplier of Paris tourism. During this period of new territorial groupings and large scale projects, this process must allow the actors to strengthen, to expand and to diversify the attractiveness not only of Paris itself but of its metropolitan region, thereby successfully remaining one of the world's first destinations.

In this context, tourism and leisure are quite important aspects of the larger challenge represented by the development of the greater Paris metropolitan area. **More than merely one aspect of the stakes involved in the metropolisation, today one would be well advised to think of tourism and leisure as means of speeding up, that is to say of producing metropolitan development.** Regarding this hypothesis, one should grasp and analyse the means and expressions of this relationship in its diverse forms.

Tourism has played a major role in producing new centres in terms of highlighting central neighbourhoods, reclassifying heritage and increasing population density. In more general ways, tourism stimulates development and change; it even creates space in the form of new tourist sites, new poles of attraction (leisure or theme parks), developments outside the city, and the using of abandoned areas (formerly run-

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

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

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

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

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

Dans ce contexte, la place du tourisme et des loisirs est importante ; elle ne peut qu'accompagner le grand pari de l'agglomération parisienne. **Plus qu'un facteur lié aux enjeux de la métropolisation, l'hypothèse du tourisme et des loisirs comme accélérateur, voire producteur de métropolisation, est aujourd'hui à retenir.** Au regard de cette hypothèse, il convient de saisir et d'analyser les modalités et les expressions de cette relation dans toute leur diversité.

Le tourisme a joué un rôle important dans la production de nouvelles centralités, à la fois en termes de mise en valeur des quartiers centraux, de requalification du patrimoine et de densification. De manière plus générale il est porteur d'évolutions, de mutations, voire créateur d'espaces : émergence de nouveaux lieux touristiques, création de nouveaux pôles (parcs de loisirs ou à thèmes), phénomène d'exurbanisation, reconquêtes territoriales (anciens quartiers dégradés, friches urbaines). **En**

¹ Source : <http://www.paris.fr/portail/viewmultimediacocument?multimediacocumentId=33133>

² Idem



down quarters, urban wastelands). **In this way, Paris tourism is not only a factor for re-writing "the city on the city" (increasing density), it is also a factor for occupying, for reclassifying and for creating peripheral spaces (occupying interstitial spaces).**

How can tourism lead to a renegotiation of the limits of a city administratively closed inside a rigid perimeter? How do visitors to the greater Paris area experience the reality of those perimeters? Studies have shown that most often tourists are not aware of the administrative divisions; for the visitor, the Stade de France is one of the opportunities offered by the city (sport, play, big events); Roissy acts as "the Door to Paris". Consequently, though the relations between the different metropolitan areas, in terms of their respective approaches to tourism, deserve to be studied thoroughly, Versailles, the Défense or Disneyland Paris are intrinsically connected to the Paris tourist product.

Could it not be said that the tourism issue comes down to a question of calibrating a good metropolitan "mesh"?

In this way, it becomes important to think deeply about the contribution of tourism to the laying out of a new perimeter for Paris as it is lived, felt and imagined.

THE GOAL OF THE CONFERENCE

The scientific bibliography does not take much into account tourist and recreational activities in the overall organisation of metropolises. Nor have documents focused much on how tourism presently constitutes one of the basic indicators of metropolisation, even if it undeniable that large metropolises are most often major tourist destinations.

Consequently, the goal of the conference is not to think about and discuss urban or metropolitan tourism as such. Several conferences have successfully shed new light on the issue of urban tourism. This conference will have as its objective to explore the connections between tourism and the Parisian metropolis (a strong and diversified relationship as much in its practices as in its categories): how does tourism fuel the metropolisation process? To what extent does metropolisation result from tourism? How does tourism fit into the Paris metropolis?

On one hand, the conference will aim at understanding and analysing how tourism takes advantage of the metropolitan process and, on the other hand, how it generates metropolisation. The conference participants will thus be urged to re-examine the relationship

ce sens le tourisme à Paris est non seulement un facteur de réécriture de « la ville sur la ville » (densification) mais il est aussi un facteur d'occupation, de requalification et de création d'espaces périphériques (occupation d'espaces interstitiels).

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

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

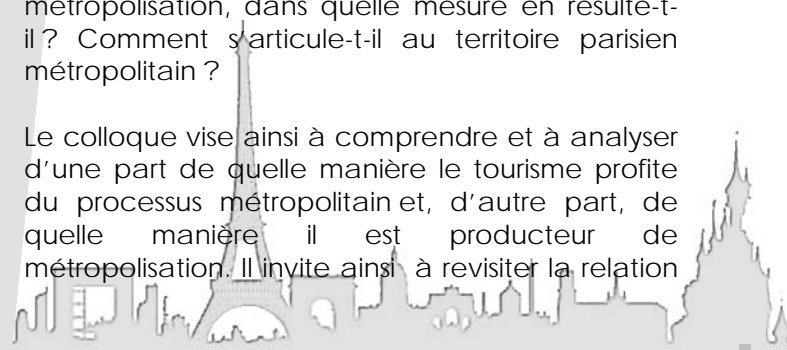
En ce sens, l'apport du tourisme dans le dessin d'un nouveau périmètre de Paris - vécu, sensible et imaginaire - devient un élément important à interroger.

OBJECTIF DU COLLOQUE

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

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

Le colloque vise ainsi à comprendre et à analyser d'une part de quelle manière le tourisme profite du processus métropolitain et, d'autre part, de quelle manière il est producteur de métropolisation. Il invite ainsi à revisiter la relation



of tourism to space, to the economy, to the Paris metropolitan society.

The conference will be based on the hypothesis that Paris and its metropolitan area constitutes a perfect "laboratory" with regards to tourism, (given its history, the diversity of its attractions, the political changes) for the analysis of scalar, administrative and economic issues present to varying degrees in other western metropolises. In this sense, the conference will stress the relationship between tourism and metropolisation in Paris and other metropolitan areas.

Several key questions will structure the conference workshops:

Tourism is increasingly present in metropolises leading us to analyse its places, its practices and its functions.

1. IMAGES AND IMAGINARIES OF PARIS TODAY AND YESTERDAY

*"The attractiveness of the Paris metropolis is probably unequalled in the world. It is the most sought after destination in the world and people of all countries which are opening up to travel choose Paris and more generally Europe for their first trip."*³

The image of Paris effectively functions as a label, undoubtedly contributing much towards attracting tourists to the city. Since the beginning of world tourism, that is, for over two centuries now, the city as it is imagined has assumed strong and compelling forms. These images continue to drive tourism in the Paris metropolis; this, despite their often being backward-looking, based on XIXth century or early XXth century images, and partially disconnected from the present day tourism activities they fuel.

Today, this imagined city is competing with—and even in conflict with—a more recent image which is based on more diversified themes and spaces. However, certain areas, such as the suburbs, seem to have trouble developing their tourism images despite their having increasingly expanded their products in this field.

Who are the "imaginaries producers" and what role do the media and especially film and guide books play?

In the same way that it is conditioned by the metropolis as it is imagined for tourists, tourism can help redefine the images. The conference will strive to examine the dialectical relationship between the metropolitan territory as it is and as

du tourisme à l'espace, l'économie, la société des territoires métropolitains parisiens.

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

Plusieurs questions clés structureront les ateliers du colloque :

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

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

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

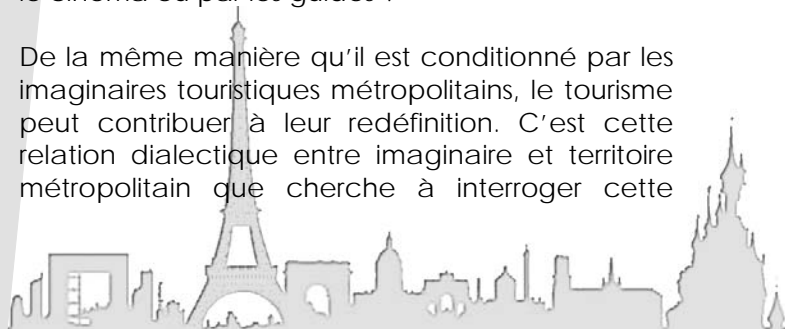
L'image de Paris fonctionne en effet comme un label et contribue incontestablement à l'attractivité touristique parisienne. Un imaginaire fort est produit, depuis les débuts des mobilités touristiques dans la capitale il y a maintenant plus deux siècles. Le tourisme métropolitain parisien se nourrit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

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

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

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

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



it is imagined.

2. WHICH GOVERNANCE FOR METROPOLITAN PARIS?

In a rapidly changing context, tourism can drive urban dynamism and fuel metropolisation, thus confirming the two-fold dimension, (polarisation and spreading reputation) that characterises it. What position does tourism hold in the metropolitan government?

The mechanisms spreading the reputation of metropolitan tourism are linked to actors placed at different levels which transcend existing administrative perimeters. Tourism, being mobile by nature, challenges territorial divisions and encourages exchanges between different actors.

It is essential to take into consideration the position held by the actors. The workshop will analyse the way the actors in metropolitan Paris take tourism into account, be they associated with political parties, institutions, professions, tourism or simply inhabitants.

What networks or groupings of actors have emerged through the expansion of the tourism space? Are they structured according to pre-existing administrative divisions which fragment the governing of tourism or do they share a unified territory? Are the organisational changes among public as well as private sector actors resulting in the development of tourism for "Grand Paris"?

3. TOURISM AND PLANNING OF THE PARIS METROPOLITAN TERRITORY

Tourism presents new challenges for metropolitan planning with regards to transport, access, conflicts over the use of space, pressures from property owners and the real estate sector, to name only a few.

On one hand, tourism is playing an increasingly important role in the planning of inner city neighbourhoods and, on the other hand, it has become an element in the reclassifying of peripheral territories.

In this way, tourism is contributing to the creation of metropolitan projects as it is being taken into consideration when redefining territorial links while setting up new "internal and external" boundaries.

Several questions deserve to be broached under this heading:

What role does tourism play in present and

thématique du colloque.

2. QUELLE GOUVERNANCE TOURISTIQUE POUR PARIS METROPOLITAIN ?

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

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

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

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

3. TOURISME ET AMENAGEMENT DU TERRITOIRE METROPOLITAIN PARISIEN

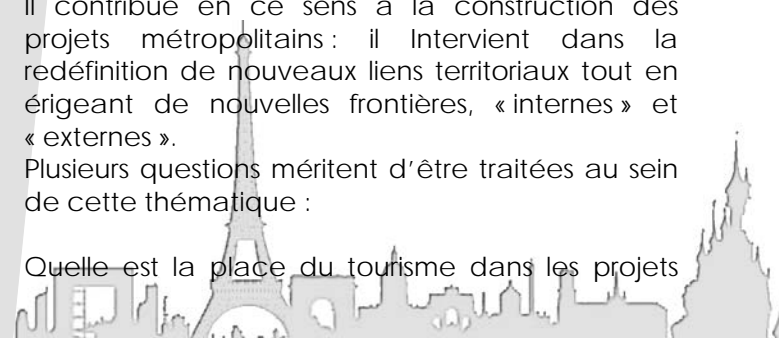
Le tourisme soulève des défis nouveaux pour l'aménagement métropolitain (la question des transports, de l'accessibilité, des conflits d'usage de l'espace, les pressions foncières et immobilières pour n'en citer que quelques uns).

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

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

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

Quelle est la place du tourisme dans les projets



future projects for metropolitan Paris? In more general terms, how should tourism be taken into account during the discussions about the limits of the future administrative entity?

How does tourism lead to the creation of new territorial links, through the setting up of new tourist territories such as reclassified neighbourhoods, partially peripheral areas that might be integrated into the "tourist metropolis", reclassified abandoned industrial sites, forests, amusement parks? How is it involved in the development of new territorial synergies? In the opposite sense, to what extent can tourism become a factor in compartmentalisation?

4. IS BUSINESS TRAVELLING A DRIVING FORCE OF METROPOLISATION?

Business travelling is a major driving force in the Paris metropolitan economy. It cannot be denied that the Paris metropolis, being the world's top destination for business trade fairs and congresses, proposes a wide range of possibilities with regards to business travelling. However, in the light of the new metropolitan plan, the specific contribution of business travelling must be considered. To what extent can it absorb metropolitan territory?

In the field, how does the supply of products specifically earmarked for business people fit with those products meant for pleasure travelling? Does business travelling involve the same scale as pleasure travelling? What is the scale of recreational activities used by business travellers in Paris?

What is the impact of business travelling on the creation or consolidation of new metropolitan centres? How do these centres overlap with cultural or commercial centres?

5. METROPOLIS, ARTISTIC CREATION, FESTIVALS

Tourism and leisure activities clearly stimulate the cultural sector. The facilities and equipment conceived to meet this demand are rarely intended solely for tourists. The local population can take advantage of them thereby adding to the metropolitan supply of facilities for play, recreation and culture. On the other hand, cultural and recreational equipment originally made for the local population are used—often in unexpected ways—by tourists and visitors. This equipment thus helps create a playful and festive urban atmosphere while speeding up participation in cultural activities.

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

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

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

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

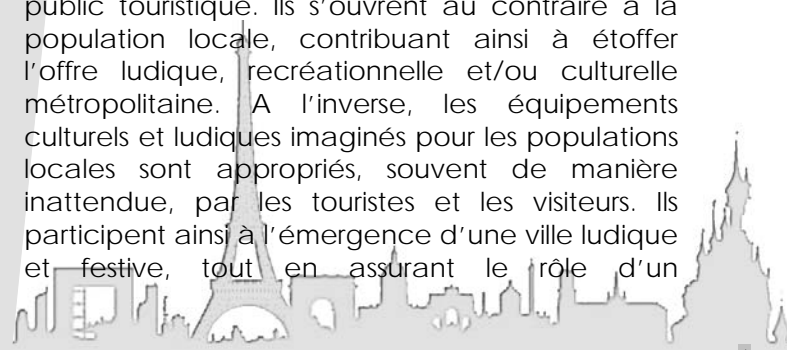
Quelle est l'échelle de déploiement des pratiques récréatives qui accompagnent les mobilités d'affaires parisiennes ?

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

5. METROPOLITE, CREATIVITE, FESTIVALISATION

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

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



It thus becomes important to analyse the degree to which decisions and negotiations take into account the metropolitan cultural and recreational supply. How do new tourist practices re-organise new territories beyond institutional limits? Do new tourist places, while creating intercultural mixes, help give new life to neighbourhoods?

How does the Parisian tourist metropolis relate to the festivities and events? What is its impact? Which areas are oriented to events, festivities or fun shopping?

6. TOURISM AND PERMANENT RESIDENTS

How does tourism "live alongside" permanent inhabitants within different urban territories? Tourists in Paris share the inhabitants' metropolitan territory, such as their means of transport and infrastructure. The collective transport network (bus, subway, street cars, RER) to which vélib (the public bicycle system) has been added since 2007, carry visitors from one site to another. The visitor can take possession of the space in his own way. To take only this example, the tourists and permanent residents share the same means of transport without sharing the same schedules and temporality. While most people are unaware of them, there are many moments of "cohabitation". Though tourists' images of Parisians are published in polls, few recent studies give information about how and when and where visitors and Parisians meet, be it for practical purposes, in friendship or in conflict. The concept of co-production / co-frequentation of space fuels the thinking about the sharing and use of places and about alternative places.

The analysis of new products such as Couch Surfing or alternative tourism ("Visit the French", etc) could bring new material for analysis. Do the inhabitants' recreational activities open up the development of new tourist areas? Aside from this, how can we grasp the fact that the residents of big cities feel like "visitors" or "tourists" in downtown or central neighbourhoods?

7. TOURIST ACTIVITIES IN METROPOLISES

Researchers have not studied in depth tourists' activities in metropolitan areas and in Paris, in particular. This lack is paradoxical seeing that it

accélérateur culturel.

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

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

6. TOURISME ET VIE PERMANENTE

Comment cohabitent tourisme et vie permanente au sein des différents territoires urbains ?

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

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

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

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

7. PRATIQUES TOURISTIQUES METROPOLITAINES

Les pratiques touristiques métropolitaines en général et parisiennes en particulier demeurent peu étudiées par les chercheurs et peu connues. Il



involves a first-rate tourist capital.

What sights do tourists see? How do they go about organising their tours? What pace, what itineraries, what choices? How do they make up and take possession of the routes? What position does inner city Paris have in comparison with other visited territories? It is known that over half the people who go to Disneyland Paris do not go to the inner city—which says a lot about tourists' metropolitan activities—but little is known about the relationships between other poles of tourist attractions and the inner city.

Few studies afford detailed information about the inter connections between the different tourist activities (or related to other movements) and their spatial, economic and social impact. Do the new activities which have resulted in new networks of places give birth to new groupings of actors or new products?

8. METROPOLITAN TOURISM AND INNOVATION

What are the innovative actions in the tourism field in Paris? Several actors in metropolitan Paris (in particular where transportation is concerned) use tools which, though not specifically meant for tourists, can be used in innovative ways to broach the issue of tourism in Paris, including the ways it is managed, organised and observed.

On the other hand, one could put forward the hypothesis that tourism may be a vector of innovation with regards to the laying out of space, to flows, to transportation... It would thus be important to analyse how the development of metropolitan tourism can give impetus to innovative approaches to spatial, social and economic issues.

9. METROPOLITAN TOURIST ECONOMY, ATTRACTIVENESS AND COMPETITION

Aside from directly related and indirectly related jobs, tourism plays a central role in spreading the reputation and enhancing the attractiveness of metropolitan Paris.

Competition has grown fiercer. What will Paris become faced with Beijing and Shanghai in the years to come? How will the setting up of an enlarged tourist product enable the city to compete?

What components of today's indicators are pertinent for evaluating the competitiveness of Paris in the international context? What role

s'agit d'un véritable paradoxe pour une capitale touristique de premier ordre, constituant probablement un objet trop ambitieux.

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

Peu d'études permettent par ailleurs de connaître de manière fine l'interconnexion entre les différentes pratiques touristiques (ou relevant d'autres mobilités) et l'impact de ces pratiques à la fois en termes spatiaux, économiques, sociaux. Les nouveaux réseaux de lieux construits par ces nouvelles pratiques se traduisent-ils par de nouveaux regroupements d'acteurs ou de nouveaux produits ?

8. TOURISME METROPOLITAIN et INNOVATION

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

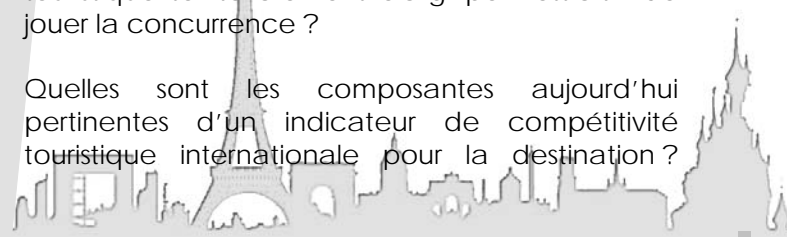
Inversement, on pourrait faire l'hypothèse que le tourisme peut être vecteur d'innovation en termes d'aménagement spatial, de prise en compte des flux, de transports...il serait ainsi important d'analyser la manière dont le développement touristique métropolitain est en mesure d'impulser des approches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

9. ECONOMIE TOURISTIQUE METROPOLITAINE. ATTRACTIVITE ET CONCURRENCE

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

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

Quelles sont les composantes aujourd'hui pertinentes d'un indicateur de compétitivité touristique internationale pour la destination ?



does business travelling play? What place does tourist shopping hold? What constraints on capacity might be generated by growing attractiveness: hotel, airport capacity, etc? What external factors might result from the growth of tourism: conflicts in the use of certain places (RER lines, airports), access to infrastructure (roads) parking? What are the priorities?

Faced with competition from emerging metropolises in Europe, Latin America, Asia or the Middle East, it is essential to set up networks of actors in tourism. The tourism cluster is becoming a central factor in tourism competition, yet it has yet to be studied closely. Another subject to be examined by the conference is the setting up of expanded tourist products. Do the latter enable the city to compete better with other metropolises? Finally we will also discuss the long-standing character of the attractiveness of metropolitan Paris. In order to do so, we must ask ourselves questions about the criteria of tourist attractiveness

ORGANISATION

This international conference is organised by EIREST research group (Equipe interdisciplinaire de Recherche Sur le Tourisme – Université Paris 1 – Panthéon-Sorbonne), linking metropolisation and tourism. Its aim is to allow for a mixing of different points of view in research. The interdisciplinary approach is to be found at the core of the group's thinking, this tool being conceived for grasping the position and the stakes of Paris, as a capital of tourism, in the construction, that is, the production of metropolisation in today's social sciences. This interdisciplinary goal should enable the discussions—which are usually kept within the limits of a single discipline—to breach academic boundaries and go beyond the backward-looking vision of urban tourism characterised by exchanges between the periphery and the centre. The conference hopes to grasp the means by which tourism can build and fuel the process of metropolisation. Stakes of scale and methodology are thus to be discussed.

This conference aims at renewing the approach to the practices and policies of urban/metropolitan tourism; it also intends to involve the representatives of territorial municipalities and professional actors in the field.

The example of Paris will allow us to question and analyse the concept of "tourist metropolisation", so as to grasp its realities, its ambiguities, even its dysfunctions, and to understand the stakes.

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

Face à la concurrence de métropoles émergentes en Europe, en Amérique Latine, en Asie ou au Moyen Orient, la mise en réseau des acteurs du tourisme est primordiale. Le *cluster* de tourisme devient un élément central de la compétitivité d'une destination mais est encore peu étudié. Un autre objet d'étude de cette session est celui de la mise en place de produits touristiques territorialement élargis. Ceux-ci permettraient-ils de faire face à la concurrence d'autres métropoles ? Enfin, on s'intéressera également au caractère pérenne de l'attractivité de la métropole parisienne. Pour cela, une interrogation sur les critères même de l'attractivité touristique est indispensable.

ORGANISATION

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

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

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

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



SCIENTIFIC DIRECTORS

Maria GRAVARI-BARBAS, geographer, dean of IREST, University of Paris I, head of EIREST laboratory, Paris 1 University Panthéon-Sorbonne.

Edith FAGNONI, geographer, professor at IUFM, Paris-Sorbonne, EIREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Nathalie FABRY, economist, professor at University of Paris-East, EIREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

SCIENTIFIC COMMITTEE

Gérard BEAUDET, city planner, director of the l'institut d'urbanisme de Montreal.

Alain BOURDIN, sociologist, city planner, professor at l'institut Français d'urbanisme, University of Paris East.

Xavier DECELLE, economist, professor at IREST, EIREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Jocelyne DUBOIS-MAURY, city planner, legal expert, director of l'institut d'urbanisme de Paris, University of Paris 12 Val de Marne.

Nathalie FABRY, economist, professor at University of Paris East, EIREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Suzan FAINSTEIN, city planner, Department of Urban Planning and Design, Harvard University Graduate School of Design.

Edith FAGNONI, geographer, professor at UFM University of Paris-Sorbonne, EIREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Antoine FLEURY, geographer, Research manager CNRS.

Maria GRAVARI-BARBAS, geographer, professor at IUFM, Paris-Sorbonne, EIREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Luc GWIAZDZINSKI, geographer, professor at l'institut de Géographie Alpine.

Anne-Marie HAUTESERRE, director of the tourism program, Department of Geography, Tourism and Environmental planning, University of Literature and Social Sciences, University of Waikato, New Zealand.

Patrizia INGALLINA, architect and city planner, professor at University of Lille.

Sébastien JACQUOT, geographer, professor at IREST, IEREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Jean LATERRASSE, economist, professor at University of Marne-la-Vallée, director of the laboratory "Ville Mobilité Transport".

Isabelle LEFORT, geographer, professor at University of Lyon 2, EIREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Thierry PACQUOT, philosopher, professor at l'institut d'Urbanisme of Paris, Paris 12-Val-de-Marne, editor of the *Urbanisme* review.

RESPONSABLES SCIENTIFIQUES

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

Edith FAGNONI, géographe, MCF Université Paris-Sorbonne (IUFM), laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

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

COMITE SCIENTIFIQUE

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

Alain BOURDIN, sociologue, urbaniste, professeur à l'institut Français d'urbanisme, Université Paris Est Marne la Vallée

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

Jocelyne DUBOIS-MAURY : urbaniste juriste, directrice de l'institut d'urbanisme de Paris, Université Paris 12 Val de Marne

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

Suzan FAINSTEIN, urbaniste, Department of Urban Planning and Design, Harvard University Graduate School of Design

Edith FAGNONI, géographe, MCF, Université Paris-Sorbonne (IUFM), laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Antoine FLEURY, géographe, chargé de Recherche CNRS

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

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

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

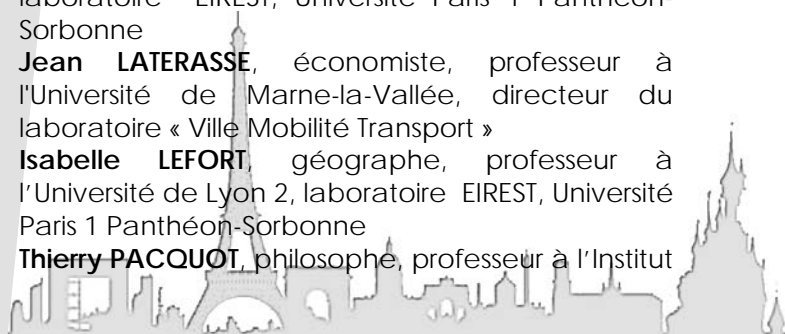
Patrizia INGALLINA, architecte-urbaniste, professeur à l'Université de Lille.

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

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

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

Thierry PACQUOT, philosophe, professeur à l'Institut



Dominique PAGES, literature and media, professor at Celsa, University of Paris-Sorbonne, Gripic laboratory.

Douglas G. PEARCE, geographer, professor of Tourism Management, Victoria University of Wellington, New Zealand.

Gwendal SIMON, sociologist, doctoral student at University of Paris East, laboratory "Ville Mobilité Transport", "mobilité et métropolisation" committee.

Simon TEXIER, art historian, research committee on history of modern architecture (ERHAM).

Hervé VEILLARD-BARON, professor at University of Paris-West-Nanterre-La Défense.

Myriam WATTHEE-DELMOTTE, French literature, Fonds National de la Recherche scientifique belge and Centre de Recherche sur l'imaginaire, University of Louvain-la-Neuve.

Sylvain ZEGHNI, economist, professor at University of Paris East, EIREST laboratory, University of Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

TO PARTICIPATE

The proposed papers must fit the subjects presented above. Although the conference wishes to focus its analyses on **the example of metropolitan Paris**, **comparative analyses** with other metropolitan territories are welcome.

The presented cases and analyses should also bring to light the pertinent scale of the Parisian supply and tourism practices, pertaining to **Paris**, **Grand Paris**, **metropolitan Paris**, **Regional capital** and **metropolitan Seine**.

SCHEDULE

- Those who wish to propose a paper should send a text of around 2 500 signs to maria.gravari-barbas@wanadoo.fr **before 18 January 2010 at the latest**.

- The proposed text must explicitly spell out the way it takes into account one of the issues presented above. The author must attach a short summary of around 500 signs.

- The Scientific Committee will confirm the selected papers by **26 February 2010**.

- The definitive program will be sent out by **29 March 2010**.

d'Urbanisme de Paris, Paris XII-Val-de-Marne, éditeur de la revue Urbanisme

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

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

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

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

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

Myriam WATTHEE-DELMOTTE, littérature française, Fonds National de la Recherche scientifique belge et Centre de Recherche sur l'Imaginaire de l'Université de Louvain-la-Neuve.

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

MODALITES DE PARTICIPATION

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

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

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

CALENDRIER

- Les personnes qui souhaitent soumettre une proposition de communication sont invitées à envoyer un texte d'environ 2 500 signes à maria.gravari-barbas@wanadoo.fr avant le **18 janvier 2010 date de rigueur**.

- La proposition doit insister explicitement sur la manière dont elle prend en compte un des questionnements du colloque présentés plus haut. Elles doivent être accompagnées d'une présentation courte de l'auteur (environ 500 signes).

- Le Comité Scientifique confirmera les communications retenues avant le **26 février 2010**.

- Le programme définitif sera diffusé avant le **29 mars 2010**.



PROCEEDINGS

The conference will be held on June 24th and June 25th. The plenary sessions will alternate with workshops, roundtables and posters.

Conceived as a "true" event in itself, it will propose to the participants several social activities.

THE ALL NIGHTER OF METROPOLITAN TOURISM: from June 25th, 11:00 pm to June 26th, 6:00 am

The conference will be followed by a night excursion on June 26th. After dinner, participants will be invited to take a tour of the most favourite night spots of Paris and its region.

Conceived as 'field work' for the conference, the night excursion will allow to the participants to experience the different temporalities of the Paris Region.

EXCURSION: 26 June, 10:00 am to 6:00 pm

The tour will visit some of the most famous tourist places of the Paris metropolis while allowing for the discovery of more intimate and surprising areas.

DÉROULEMENT

Le colloque aura lieu le 24 et 25 juin. Il alternera séances plénières, ateliers, tables rondes et posters.

Conçu comme un véritable événement, il comportera plusieurs moments conviviaux et festifs.

LA NUIT BLANCHE DU TOURISME METROPOLITAIN : du 25 juin à 23h00 au 26 juin à 6h00

Le colloque sera suivi d'une excursion nocturne dans la nuit du 26 juin. Après le diner, les congressistes seront invités à suivre un circuit à travers les lieux qui font la nuit touristique de Paris et de la région parisienne.

Conçu comme un terrain d'application du colloque, l'excursion nocturne permettra de vivre les différentes temporalités du tourisme parisien.

EXCURSION : 26 JUIN, 10H00 A 18H00

L'excursion permettra de visiter certains lieux phares du tourisme de la métropole parisienne tout en alliant la découverte de lieux plus confidentiels et insolites.

