

# LA FABRIQUE IDENTITAIRE DU GRAND PARIS : ENTRE ESPACES SYMBOLIQUES ET POLITIQUES

ACTES DU SÉMINAIRE ENS-INSTITUT PARIS REGION  
DU 18 JANVIER 2019 SUR LES QUESTIONS URBAINES



OCTOBRE 2019

30.18.06



[institutparisregion.fr](http://institutparisregion.fr)



PSL  
RESEARCH UNIVERSITY PARIS

L'INSTITUT  
PARIS  
REGION

# LA FABRIQUE IDENTITAIRE DU GRAND PARIS : ENTRE ESPACE SYMBOLIQUE ET POLITIQUE

ACTES DU SÉMINAIRE ENS-INSTITUT PARIS REGION  
DU 18 JANVIER 2019 SUR LES QUESTIONS URBAINES

Octobre 2019

**L'INSTITUT PARIS REGION**

15, rue Falguière 75740 Paris cedex 15  
Tél. : + 33 (1) 77 49 77 49 - Fax : + 33 (1) 77 49 76 02  
[www.institutparisregion.fr](http://www.institutparisregion.fr)

Directeur général : Fouad Awada

Actes du séminaire : Marie Jussaume, Manon Le Bon, Arthur Le Moigne et Olga Suslova, ENS et Léo Fauconnet,  
L'Institut Paris Region

Coordonnés par Brigitte Guigou, L'Institut Paris Region et Emmanuèle Cunningham-Sabot, ENS  
N° d'ordonnancement : 30.18.06

*Crédit photo de couverture : ©Léo Fauconnet\_L'Institut Paris Region*

*En cas de citation du document, merci d'en mentionner la source : Auteur (nom, prénom) / Titre de l'étude / IAU idF / année*



L'ENS (École normale supérieure, département de Géographie) et l'Institut Paris Region organisent depuis 2014 un cycle de séminaires sur les questions urbaines. Ouverts à un public d'étudiants et de professionnels, ces séminaires ont pour objectif de croiser et de confronter les points de vue des chercheurs, professionnels, élus et représentants de la société civile sur des thématiques à enjeux pour la Région. Mieux comprendre les questions urbaines et identifier des pistes pour l'action, telles sont les orientations de ces séminaires ENS - Institut, proposés alternativement dans les locaux de l'un et de l'autre.

En 2018/2019, le thème du cycle est « Grand Paris : constructions, identités et modes de vie ». Le premier séminaire de ce cycle, qui a eu lieu le 18 janvier 2019, s'intitulait « La fabrique identitaire du Grand Paris : entre espace symbolique et politique ».

Quel en était le sujet ? Quels en étaient les objectifs ?

De nombreuses recherches ont souligné le rôle des récits et de l'imaginaire dans la construction des identités territoriales, celles des grandes villes notamment. Ce séminaire s'est interrogé sur la façon dont cette question était posée dans le Grand Paris, terme polysémique, indifféremment utilisé pour désigner des projets de transport, de développement économique ou de renouvellement institutionnel. En s'appuyant sur les acquis de recherches récentes et sur les témoignages de ceux qui participent à cette fabrique d'identité, nous nous sommes demandé comment construire, partager et faire reconnaître une identité particulière à ce territoire. Comment peut-il se distinguer d'un État-nation – la France – et d'une capitale – Paris –, dont l'identité s'ancre dans l'histoire et dans des territoires structurés et reconnus ? Sur quelles initiatives locales, citoyennes ou culturelles, quels lieux ou événements emblématiques, pourrait s'appuyer cette métropole mondialisée, traversée par des flux, mais qui doit aussi répondre aux attentes de proximité et d'ancrage de ses citoyens ? Qui sont, aujourd'hui, les bâtisseurs d'images et de récits du Grand Paris ?

L'organisation de ce séminaire a été coordonnée par Emmanuèle CUNNINGHAM-SABOT, professeure au département de géographie de l'ENS, et par Brigitte GUIGOU, chargée de mission formation et partenariat-recherche à l'Institut, et s'est appuyée sur Marie JUSSAUME, Manon LE BON, Arthur LE MOIGNE et Olga SUSLOVA, élèves du département de Géographie de l'ENS et Léo FAUCONNET, politiste, directeur de la mission Gouvernance à l'Institut.

Le séminaire a rassemblé près de quatre-vingt dix participants d'horizons divers.

Le programme et les actes des séminaires sont consultables en ligne sur le site de l'Institut :

<https://www.institutparisregion.fr/gouvernance/metropole-du-grand-paris/la-fabrique-identitaire-du-grand-paris-entre-espaces-symbolique-et-politique.html>



## Sommaire

### OUVERTURE

Fouad AWADA <i>Directeur général de L'Institut Paris Region</i> .....	7
Emmanuèle CUNNINGHAM-SABOT <i>Professeure de Géographie à l'ENS</i> .....	7
Brigitte GUIGOU <i>Chargée de mission formation et partenariat-recherche à L'Institut Paris Region</i> .....	8

### INTERVENTIONS

#### **L'image des métropoles : quelle part pour les habitants ?**

Charles-Édouard HOULLIER-GUIBERT <i>Maître de conférences « Stratégie et territoire », Université de Rouen</i> .....	8
---	---

#### **Du sentiment d'appartenance à l'identité territoriale dans le Grand Paris**

Léo FAUCONNET <i>Politiste, Directeur de la mission Gouvernance à L'Insitut Paris Region</i> .....	11
---	----

#### **Mise en perspective international : grand Moscou et grand Buenos Aires**

Marie JUSSAUME, Manon LE BON, Arthur LE MOIGNE, Olga SUSLOVA <i>Elèves à l'ENS</i> .....	14
---	----

### TABLE RONDE

#### **Le « Grand Paris » : quelque chose qui concerne les habitants ?**

Elsa RESCAN <i>Ingénieure programiste, Agence Ville ouverte</i> .....	17
--	----

#### **Le poids de l'histoire et des identités communales dans le Grand Paris**

Daniel BREUILLER <i>Vice-président de la MGP, délégué à la mise en valeur du patrimoine naturel et paysager, à la politique de la nature et à l'agriculture en ville et ancien maire d'Arcueil</i> .....	18
---	----

#### **Changer l'image et (re)positionner le territoire**

Maxime CAILLARD <i>Urbaniste, Agence Ville ouverte</i> .....	19
---	----

#### **Les frontières du Grand Paris nous structurent (et nous jouons avec)**

Vianney DELOURME <i>Fondateur d'Enlarge your Paris</i> .....	20
---	----

ÉCHANGES AVEC LA SALLE .....	21
------------------------------	----

BIBLIOGRAPHIE .....	24
---------------------	----

SITOGRAFIE .....	25
------------------	----



## OUVERTURE

Fouad AWADA

*Directeur général de l'Institut Paris Region*

Chaque année lors du cycle de séminaires organisé en partenariat entre l'ENS et L'Institut Paris Region, nous choisissons un thème en lien avec les grands enjeux de la région capitale. Cette quatrième session 2018/2019 s'intitule « Grand Paris, territoires et modes de vie » et traitera du Grand-Paris non sous l'angle institutionnel mais sous celui du vécu et des perceptions, pratiques et représentations. Cette question sera abordée sous trois aspects différents : d'abord celui de l'identité et du sentiment d'appartenance, avec le séminaire de cet après-midi intitulé « La fabrique identitaire du Grand Paris : entre espace symbolique et politique », puis celui du paysage, avec un séminaire intitulé « La fabrique du paysage du Grand Paris : entre construction et perception » (29/03/2019), et enfin celui de la qualité et du cadre de vie, avec un séminaire intitulé « Peut-on vivre heureux dans le Grand Paris ? » (14/06/2019).

Quand le projet du Grand Paris a été lancé, certains y voyaient une marque plus compréhensible et visible, notamment pour l'attractivité internationale de l'Île-de-France, même si la notion recouvrait aussi d'autres dimensions, plus innovantes. C'était également un projet d'adaptation de la région métropolitaine confrontée à de nouveaux enjeux entre le centre urbain de la capitale et les collectivités alentours. C'était donc à la fois une marque, un projet, une institution mais aussi un territoire. Et c'est là que les choses se compliquent. Cette dernière acception soulève en effet de nombreux questionnements : comment les habitants vont-ils s'approprier cette notion du Grand Paris ? Vont-ils se sentir Grand-Parisiens ou juste un peu plus Parisiens ? Vivra-t-on plus à la parisienne quand le réseau de transports sera plus développé et que le Grand Paris Express sera en fonctionnement ? Quels sont les lieux emblématiques qui pourraient incarner ce Grand-Paris ? Mais aussi comment les acteurs (élus, journalistes, habitants, etc.) contribuent-ils à ces dynamiques aujourd'hui à l'œuvre ? Combien de temps cette fabrique identitaire va-t-elle prendre face à l'inertie de la prédominance de l'identité de Paris ?

Ces réflexions exploratoires visent à définir des pistes d'actions, des méthodes de recherche pour aller plus loin sur ces questions identitaires et affiner les analyses sur ce sujet porteur. Je vous souhaite de très bons débats.

Emmanuèle CUNNINGHAM SABOT

*Professeure de Géographie à l'ENS*

Je remercie L'Institut Paris Region pour son accueil. Pour l'ENS cette collaboration est essentielle car elle participe à la construction du récent pôle d'aménagement du département de géographie en tissant un lien entre le monde de la recherche et le monde professionnel. Une recherche se nourrit intellectuellement de plusieurs regards et c'est une chance d'être là aujourd'hui, tant pour les étudiants que pour L'Institut Paris Region qui pourra à l'avenir, je l'espère, se servir des réflexions abordées lors de ce séminaire.

### **Le Grand Paris : un bien commun ?**

La préparation de ce séminaire m'évoque un ouvrage de Perrine Michon (2019) qui constate un recours de plus en plus fréquent à la notion de « commun » ou de « bien commun » tant dans la littérature scientifique que dans le domaine de la société civile. Cette notion est à la fois une catégorie de pensée, mais aussi une catégorie d'action. Le Grand-Paris pourrait-il être un bien commun ? Chaque discipline possède une définition du « bien commun » qui lui est propre mais pour en dépasser les limites (territoriales, juridiques, économiques, etc.), Perrine Michon s'inspire d'un entretien avec l'anthropologue Philippe Descola pour souligner « l'importance de la relation qu'un collectif d'individus choisit d'instaurer, de tisser et de construire, avec une ressource, un lieu, ou une réalité ». C'est cette relation tissée par un ou plusieurs collectifs qui est au cœur de la définition du bien commun qu'elle nous propose. Car finalement c'est la nature de cette relation au Grand-Paris qui établira son statut de bien commun.



Brigitte GUIGOU

Chargée de mission formation et partenariat recherche à l'Institut Paris Region

Comment aborder concrètement dans un séminaire d'une demi-journée cette question vaste et encore exploratoire à l'Institut, de la fabrique identitaire dans le Grand-Paris ? Sur quels intervenants, quels travaux et projets s'appuyer pour mieux comprendre comment se construit l'identité grand-parisienne et quels sont les leviers et obstacles à cette construction ?

Un rapide état de l'art, lors de la préparation de ce séminaire, a montré que les travaux académiques sur ce sujet et ce territoire restaient peu nombreux. Aussi avons fait le choix de confronter d'abord la façon dont deux disciplines différentes, le marketing territorial et la science politique, abordaient ces questions et en définissaient les termes. D'abord Charles-Édouard Houllier-Guibert, Maître de conférences « Stratégie et territoire » à l'Université de Rouen, présentera et interrogera les démarches de marketing et de communication territoriale qui, souvent, sont mobilisées par les élus pour construire images et récits dans les territoires métropolitains : quels en sont les composantes et les effets ? En contrepoint Léo Fauconnet, directeur de la mission Gouvernance à l'Institut, revisitera des travaux de science politique sur les liens entre communauté et identité politiques, notamment aux échelles régionales, et mettra en évidence les singularités franciliennes et les leviers pour le Grand-Paris. Après une ouverture vers l'international par les élèves de l'ENS, la table ronde proposera différents témoignages, retours d'enquêtes et initiatives de professionnels et élus : Elsa Rescan et Maxime Caillard, urbanistes à l'agence Ville Ouverte, Daniel Breuiller, vice-Président de la MGP et ancien maire d'Arcueil et Vianney Delourme, fondateur d'Enlarge your Paris.

## INTERVENTIONS

### L'IMAGE DES MÉTROPOLIS : QUELLE PART POUR LES HABITANTS ?

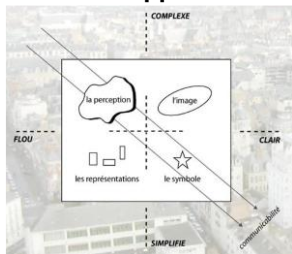
Charles-Édouard HOULLIER-GUIBERT

Maître de conférences « Stratégie et territoire » à l'Université de Rouen

#### Appréhender la production de l'image des métropoles

L'image d'une ville est un objet particulier car il s'agit d'une compétence publique qui n'est ni réelle, ni circonscrite ; il n'y a ni texte de loi qui préconise de faire de l'image, ni de budget dédié, malgré la compétence de promotion des territoires liée aux enjeux touristiques ou économique. À partir des années 1980 c'est d'abord par la publicité que les territoires ont cherché à améliorer leur attractivité. Aujourd'hui l'amélioration de l'image des territoires concerne de nombreux acteurs qui s'emparent du sujet pour légitimer leurs actions (dans le champ économique, touristique et communicationnel). Les manières d'aborder ces questions étant diverses, dans cette intervention nous traiterons plus particulièrement de la place des habitants dans la construction de l'image des métropoles.

#### Comment appréhender la production de l'image des métropoles ?



Comme l'illustre la diapositive, il est possible de percevoir les significations de l'espace au prisme de quatre entrées : perception, image, représentation et symbole<sup>1</sup>. Pour comprendre ce qu'est une image, on peut s'appuyer sur une réflexion quantitative ou qualitative des productions sociales de l'espace. Au sein de l'axe quantitatif, on retrouve des significations accordées à l'espace, plus ou moins complexes ou simplifiées. Pour la dimension qualitative, ces différentes significations de l'espace peuvent être floues dans l'univers des perceptions et des

<sup>1</sup> « Étymologiquement le terme « symbole » vient du grec et signifie « je joins ». Le symbole définit un objet partagé en deux, la possession de chacune des parties par deux individus leur permettant de se rejoindre et de se reconnaître. Le symbole permettrait donc de rejoindre et unir des individus et par cette réunion, prendrait sens en retrouvant son intégrité (...) Ainsi, produire de l'identité collective revient souvent à fabriquer un mythe mobilisateur renforçant l'image (réelle ou fausse) du « groupe territorialisé en tant que totalité unifiée » (Di Meo, 2002), au-delà même de ses diversités. Dans ce processus, l'espace joue un rôle majeur, car le territoire revêt l'apparence et l'exemplarité d'une réalité voulue comme concrète. De plus, le territoire incorporé au processus identitaire offre au pouvoir politique l'opportunité d'une mise en scène efficace, d'une affirmation de légitimité. « Tout simplement parce que le territoire forme la figure visible et lisible de l'identité sociale. Si la société se perçoit difficilement derrière les individus qui la composent, le territoire, lui, se cartographie et se borne. Il s'érige en figure palpable et tangible d'une réalité sociale plus insaisissable » (Di Meo, 2002).

Note rédigée par les étudiants ENS.

représentations ou bien structurées à partir d'une quête de clarté fédératrice pour voir émerger des symboles ou des images. On s'intéressera ici à l'image comme production sociale, ce qui implique la présence d'un émetteur et d'un récepteur, et l'on étudiera la manière dont l'image d'un territoire peut être émise auprès d'un large public pour des enjeux de rayonnement international par exemple. Les significations qui incombent le plus sont à la fois complexes et simplifiées, c'est ce qui explique le succès des images pour fabriquer de la territorialité. Trois vecteurs de diffusion peuvent être identifiés pour la diffusion de ces images des territoires :

- Le bouche à oreille : il reste peu mesurable, malgré de récents progrès liés aux nouvelles technologies numériques ;
- Les médias de masse (la presse, l'affichage, le cinéma, la radiodiffusion, la télévision et plus récemment l'internet) : on le mesure par fragments et par des recherches ciblées mais jamais en totalité ;
- Les politiques publiques de communication et de promotion : contrairement aux deux autres vecteurs, ce dernier est exclusivement positif et il peut atteindre l'exhaustivité. Mais l'effet de ces politiques reste réduit aussi c'est un vecteur peu intéressant à étudier en termes d'impact mais qui soulève la question des idéologies territoriales qui le composent : que veulent montrer les décideurs des villes à travers leur choix de discours promotionnels (Houillier-Guibert, 2011) ?

### **La maîtrise de l'image par les élites urbaines**

L'attractivité, terme ancien, est utilisée aujourd'hui de manière large. L'attractivité peut concerner des individus, des flux, des données financières ou d'autres éléments. On peut la découper en attraction et en attrait (Houillier-Guibert, 2019) et c'est ce dernier qui nous intéresse ici. Dans une logique de course à l'attractivité et à la compétitivité, trois vecteurs forts de productions de l'image d'un territoire peuvent être identifiés :

- Les aménagements et les projets urbains ;
- L'événementiel, de taille diverse ;
- Avec un moindre effet, la promotion et la communication des territoires.

Ces trois vecteurs de production de l'image ont tous une capacité à faire réagir les gens, positivement ou négativement. La place des habitants devient de plus en plus grande dans la production de l'image, ces derniers intervenant de manières diverses, notamment à travers des lobbys ou des labels. La démocratie participative leur donne une place grandissante qui légitime les processus engagés. Une autre conséquence de cette quête d'image est de faire émerger des agences régionales ou métropolitaines dédiées au maintien de l'attractivité, dont le métier est de faire perdurer les marques nouvellement créées et de mobiliser les élites locales. Certaines de ces entités peuvent chercher à mobiliser les habitants mais c'est surtout les décideurs privés qui sont visés, pour contribuer au développement local au côté des décideurs publics. On retrouve par exemple des marques comme OnlyLyon la plus ancienne depuis 2007 ; la Bretagne, ImaginAlsace... Nous observons aussi une marque portée par la région Ile de France qui a fait le choix de s'appeler Paris Région depuis 2013. La pérennité de ces marques n'est pas garantie, on constate que seules quelques-unes parviennent à s'installer durablement.

Deux phases peuvent être identifiées :

- Le lancement de la marque, qui dure plusieurs mois, mobilise de nombreux acteurs, et permet parfois d'impliquer la société civile. L'objectif est de rassembler les parties prenantes et de tester les relations hiérarchiques et les rapports de forces entre acteurs. Cela permet d'identifier et de mettre en avant les singularités du territoire.
- La constitution d'un réseau d'ambassadeurs de marques (Houillier-Guibert et al. 2018). Les marques ont mobilisé différents types d'acteurs, mais il est tout aussi important de transformer ces acteurs en ambassadeurs du territoire afin de promouvoir et faire perdurer une image positive. Les acteurs privés peuvent parfois jouer un rôle important, c'est le cas notamment à Lyon. On notera que la mobilisation se concentre plus souvent sur les élites que sur l'ensemble des habitants. Ce dernier constat amène à interroger les approches bottom up qui mobilisent les habitants de manière plus massive.

## Quatre vecteurs d'appropriation par les habitants

Plus largement que les processus de marque des Territoires, différentes manières d'améliorer l'image des territoires peuvent impliquer, mobiliser, susciter l'intérêt des habitants du territoire. Cette fois, l'approche est moins top down ou bien elle est hybride, voire parfois, elle n'est pas planifiée. Voici quatre exemples.

1- Le quartier de Norrebro à Copenhague propose un modèle d'urbanisme alternatif en décalage radical avec la fabrique urbaine classique. On y trouve une volonté d'innovation et une envie que le cosmopolitisme historique du quartier se ressente symboliquement dans l'espace. Ainsi, on y observe des objets provenant de différentes communautés culturelles, par exemple des balançoires d'Irak, des bancs du Brésil, des rings de boxes thaïlandais, le tout dans une esthétique urbaine atypique qui compose trois espaces distincts.

2- Le street art est un objet ambivalent. La thèse de Julie Vaslin (2017) montre que les tags sont autorisés à Paris par les autorités locales dans les espaces périphériques mais pas dans les espaces centraux. Le tag est en effet utilisé comme un moyen de déconcentrer les flux touristiques. La photo montre une œuvre de l'artiste M. CHAT. S'il est souhaitable de faire partie des villes du monde qui appartiennent au réseau de M. CHAT, l'artiste a néanmoins reçu une amende de 500 € pour ce tag. L'attractivité du street art se ressent aussi dans le quartier de Wynwood à Miami. La collectivité a demandé à 21 artistes mondialement connus de personnaliser un quartier d'affaire à l'américaine, et de lui donner une nouvelle image chaque année. Ce quartier est devenu un vaste musée à ciel ouvert. À l'inverse, le quartier Beco do Batman, situé à Sao Paulo, ville bien moins attractive sur le plan touristique, est difficile à trouver tout en étant un point touristique clé pour la ville. Les populations se sont appropriées le quartier et en ont fait un des lieux les plus touristiques de la ville.

3- Troisième exemple avec des photos illustrant une vingtaine de totems urbains (ou lettres géantes) dans différentes villes du monde (Houllier-Guibert, 2016), contribuant à rendre les lieux conviviaux. Le cas de Dallas est intéressant car la ville joue sur le terme *big* : le slogan de la communication territoriale est *Live large and see big*. Ce *big* devient un totem urbain en 2012 et la lettre I doit être représentée par des passants lors des photographies. Le totem urbain favorise la réalisation de photos que l'on retrouve diffusée sur les réseaux sociaux de manière gratuite en matière de promotion du territoire. Amsterdam dispose d'un des plus connus et a même réalisé un aménagement spécifique pour les selfies. Parfois ce sont des *méga events* qui ont permis l'arrivée de totems urbains, à l'image des jeux panaméricains pour Toronto ou du G20 pour Brisbane. Un autre exemple est le *newborn* dans la ville de Pristina au Kosovo. Proposé en 2008 pour l'anniversaire du pays qui devient indépendant, il sera graffé et très approprié avec un renouvellement annuel de son esthétique. Il n'y a pas vraiment de point commun entre ces différents totems urbains dans la manière dont ils sont conçus et installés dans leur environnement. Cependant, ce sont tous des objets qui permettent de développer de l'affect territorialisé chez les populations et contribuent à diffuser une image valorisante du territoire via les réseaux sociaux, en montrant de la convivialité dans les lieux où sont ces totems.

4- Dernier exemple, la recomposition des fronts d'eau qui sont des espaces symboliques importants. À Nantes, les acteurs ont tenu à mettre en scène les espaces autour de la reconversion industrielle et de l'héritage patrimonial de l'Île de Nantes, ancien chantier naval. Les machines de l'Île sont un vrai succès, certaines ont été fabriquées sur place puis offertes à des pays (la Chine par exemple a reçu un dragon), et deux grues historiques ont été conservées. À Montréal, le vieux port reste peu pourvu en symbole, malgré des efforts de design architectural autour de la reconversion des bâtiments et malgré le symbole du phare. Pourtant, c'est l'un des espaces les plus fréquentés d'Amérique du Nord, car c'est un marqueur de l'histoire du continent, tandis qu'à Nantes, la fréquentation n'explose pas. Cela montre qu'on ne choisit pas toujours le succès et l'appropriation des espaces par les habitants quels que soient les efforts fournis en matière de symbolique urbaine. Nantes a multiplié les productions symboliques, beaucoup plus que Montréal et c'est cette dernière qui dispose d'un waterfront très fréquenté. Outre la différence de la taille des deux villes, c'est la temporalité qui joue ici sur l'attrait des lieux, le front d'eau de Montréal étant 15 ans plus anciens.

En conclusion, pour fabriquer de l'image appropriable par les habitants, les approches imprévues, peu maîtrisables, sont préférables à des tentatives structurées et contrôlées. L'image des territoires reste un objet insaisissable qui ne peut et ne doit être pleinement contrôlée par l'action publique.

## DU SENTIMENT D'APPARTENANCE À L'IDENTITÉ TERRITORIALE DANS LE GRAND PARIS

Léo FAUCONNET

*Politiste, directeur de la mission Gouvernance à l'Institut*

### **Le Grand Paris : un écart persistant entre le concept et ses réalisations concrètes**

Cette analyse part du constat d'un écart entre l'idée du Grand Paris et ses réalisations concrètes. Cette idée du Grand Paris, avant même de parler d'images, a fait florès et s'est diffusée auprès d'un large public. C'est aujourd'hui une référence omniprésente dans les discours et qui revient régulièrement dans de nombreux projets d'aménagement mobilisateurs. C'est le cas pour les projets de transports ou les Jeux Olympiques mais aussi pour des projets de recomposition institutionnelle. Si le sujet du Grand Paris fait débat, il s'appuie tout de même sur des dynamiques réelles en cours.

En 2007, la perspective que Paris puisse être une intercommunalité qui recouvre des communes voisines, et que l'ensemble de la région Ile-de-France soit recouverte par des intercommunalités, pouvait paraître lointaine. Aujourd'hui, on perçoit à quel point le chemin parcouru est important. Un décalage persiste cependant entre la réussite de la diffusion de ce concept et un déficit démocratique avéré. Le projet politique pose question du point de vue de sa clarté, de sa compréhension et de son appropriation. De nombreux acteurs considèrent que le point de vue du citoyen n'a pas été intégré dans les dynamiques de construction institutionnelle. Les dynamiques actuelles auraient peut-être été différentes si la participation citoyenne avait été intégrée plus en amont. On peut dès lors s'interroger sur les causes de ce déficit démocratique : cette difficulté démocratique ne viendrait-elle pas de l'absence d'un sujet politique à ce projet collectif ? De l'absence d'appui sur une population, sur un peuple souverain grand parisien constitué et reconnu, et par là-même, constitutif d'une légitimité politique nécessaire pour donner une force à ce projet. L'absence du citoyen grand parisien ne constitue-t-elle pas le point de départ d'une série de difficultés dans la réalisation politique de ce projet ?

On considère classiquement que la décentralisation ne s'est pas construite sur une revendication identitaire locale, mais plutôt sur des impulsions et injonctions venues par le haut de l'État. Sur ce point, le Grand Paris ne fait pas exception et serait avant tout un projet voulu et porté par le haut. Le chercheur Romain Pasquier (2012) qui s'intéresse aux espaces périphériques, considère néanmoins qu'il existe des différences au sein du territoire national français. Par exemple c'est parce que l'identité bretonne s'appuie particulièrement sur un accord entre les citoyens du territoire que ces éléments d'identité commune sont devenus des éléments de confortation du projet politique régional breton. Romain Pasquier fait l'hypothèse d'une correspondance entre l'existence d'une identité bretonne et une certaine confiance dans l'institution régionale que l'on ne trouve pas forcément ailleurs. Malgré ces travaux, le travail de recherche sur ces questions reste exploratoire. Ce sujet de la fabrique identitaire a été très peu exploré par l'Institut. Les propos qui suivent vont s'intéresser à des échelles locale, nationale et intermédiaire. Le niveau intermédiaire correspond en région métropolitaine à la gouvernance francilienne, or, dans les analyses la différence avec l'échelle grand parisienne n'est pas toujours faite. Ce parti-pris se justifie notamment par les échelles de collectes de données statistiques (l'Ile-de-France plus que le Grand-Paris), mais aussi parce que les deux objets sont pour l'instant assez équivalents du point de vue de la science politique. L'idée est néanmoins d'insister sur les porosités à l'œuvre entre les territoires et de ne pas rester cloisonné à ces seules échelles institutionnelles pour interroger l'échelle du Grand-Paris.

### **La particularité du registre d'appartenance français : une identité nationale et communale historiquement fortes qui peut éclipser les constructions identitaires régionales.**

Le lien entre conscience d'une identité commune, existence d'une collectivité et légitimité politique est en France un monopole de l'État. Les historiens considèrent que le concept de nationalisme est pour partie une invention de la Révolution française qui substitue à la légitimité du monarque absolue de droit divin, une légitimité collective qui appartient à la Nation. Cette idée du lien entre identité et projet politique national prend donc racine dans cette réalité ancienne. Pour autant, la construction de la Nation et d'une identité qui était avant tout nationale est donc un projet de l'État bien antérieur au projet républicain.

Depuis la révolution française l'État n'a cessé de construire cette conscience commune contre les particularismes locaux. Dans le contexte d'un État centralisé comme l'État français, la capacité à penser une légitimité démocratique locale sur des identités propres aux territoires est donc particulièrement complexe. La complexité actuelle des identités locales est à analyser au prisme de la primauté de l'identité nationale sur les représentations et sur la légitimité politique de l'échelon national.

Romain Pasquier dans son ouvrage sur le pouvoir national montre que, dans toutes les régions européennes, les identités locales se cumulent avec des identités nationales. Même dans le cas de l'Ecosse où le sentiment d'identité régionale est plus exclusif qu'ailleurs, il existe une conjonction importante entre le sentiment d'avoir une identité exclusivement nationale et le cumul avec une identité locale. En France, il n'existe pratiquement pas, hormis la Corse, la Bretagne et l'Alsace, de conscience d'une identité régionale exclusive. Une majorité de citoyens considère que l'identité est à la fois régionale et nationale. Le cas de l'Ile-de-France présente en plus les contraintes d'une certaine primauté de la conscience nationale sur la conscience locale. À ce cumul s'ajoute la particularité française de l'attachement très fort à l'échelon communal, qui est constatée dans toutes les études. Pourtant si la question de l'attachement est posée aux Français via une comparaison entre les échelons nationaux, régionaux, départementaux et communaux, on observe que le niveau régional ressort de façon différente. En Alsace par exemple le « très attaché » est identifié pour l'échelon régional, mais pas pour le niveau communal ou national. En Ile-de-France l'attachement fort s'exprime avant tout pour le niveau national puis communal et l'attachement régional arrive loin dans les enquêtes.

Ces études soulignent donc la faiblesse de la conscience d'appartenance régionale en Ile-de-France. Elles invitent également à s'interroger sur les éléments explicatifs de la priorité ici de l'appartenance à la Nation et au niveau communal.

### **Bâtir la conscience collective à partir des territoires locaux**

Parmi les facteurs explicatifs peuvent ressortir les différents points suivants.

- Les Franciliens : des habitants d'une région capitale principalement identifiée par des symboles fédérateurs nationaux

Dans la carte des lieux de pouvoir, tirée du Monde diplomatique (5/12/2018), l'espace parisien écrase les autres espaces par le poids de ses représentations et de sa visibilité. C'est aussi notamment évident dans la représentation symbolique des espaces du Grand Paris où la plupart des lieux portent une charge symbolique nationale. Existe-t-il en effet dans l'espace de Paris et du Grand Paris des espaces typiquement parisiens et qui ne renverraient pas à une dimension nationale ? On peut penser à l'Hôtel de ville. Mais s'ils existent, les Parisiens se les approprient-ils ? Où se réuniraient les supporters du PSG en cas de victoire de Coupe d'Europe ? Sur les Champs-Élysées ou sur la place de l'Hôtel de Ville ? Cet exemple pose la question de la symbolique de Paris/Capitale qui est souvent écrasante et exclusive, et peut empêcher l'existence d'une symbolique parisienne et entraver l'émergence de symboles grand-parisiens.

- Ile-de-France : Une plateforme de mobilité et une terre de passage

Que ce soient dans les statistiques des déplacements, dans l'organisation des infrastructures de transports ou dans les représentations, l'Ile-de-France a depuis longtemps une fonction de plateforme de mobilités. C'est une région qui connaît un turn-over de population aux origines diverses. L'image du Paris Balzacien s'appuyait déjà sur cet imaginaire avec le passage initiatique de « la montée à Paris » ou des regroupements régionaux autour des gares qui transformaient Paris en un concentré d'une « petite France ». La région capitale s'appuie donc sur une articulation de toutes les identités françaises plus que sur une identité spécifique et cette réalité a encore une existence aujourd'hui. Paris reste le cœur des mouvements de populations en France. C'est la région de France (avec PACA) où la part des habitants nés dans la région est la plus faible. La grande majorité des déménagements vers d'autres régions se font en direction, ou en provenance, de la région parisienne, ce qui conforte l'idée selon laquelle la région francilienne reste une centrifugeuse de populations. A l'échelle internationale, Paris constitue également le sas d'entrée et d'échanges avec les autres pays, comme toute grande métropole. Cette instabilité et ce renouvellement de population peuvent aussi expliquer qu'une identité propre francilienne ait des difficultés à s'exprimer. Pourtant, des études révèlent que l'Ile-de-France est la seule région française où la part des habitants qui y sont nés se renforce. Ces tendances permettent-elles d'affirmer qu'il y a un renforcement de l'ancrage local en Ile-de-France ?

- Bâtir une conscience collective à partir des territoires locaux : Une identité francilienne qui s'appuierait sur des identités locales préexistantes ?

Dans la région francilienne, malgré la faiblesse de l'ancrage, l'appropriation des territoires locaux demeure importante. Dans près de 36 % des cas, l'ensemble de la famille vit dans la même commune. L'échelle locale est donc appropriée par les habitants. De plus si l'on déménage peu en Ile-de-France, les déménagements s'effectuent dans une réelle proximité. Près de 75 % des déménagements sur l'année s'effectuent dans un rayon de trois communes limitrophes à la commune de départ. Ces éléments pourraient caractériser l'existence d'un ancrage des Franciliens.

Ces éléments d'ancrage peuvent-ils contribuer à renforcer l'identité ? On observe également que dans les périphéries métropolitaines, l'identité locale présente des spécificités (IAU îdF, 2015). Dans les territoires périurbains les sentiments d'appartenances peuvent être très variés. Par exemple dans l'Ouest francilien, il peut y avoir des consciences identitaires locales assez fortes. En revanche dans le bocage gâtinais, des études ont montré des résultats différents : les populations du même territoire peuvent avoir des représentations différentes, malgré un ancrage territorial commun. Dans ce cas l'identité locale est certainement plus difficile à imaginer.

Construire une identité collective pourrait donc passer par la valorisation des identités locales existantes. Mais la valorisation locale des territoires par leurs habitants n'est pas équivalente sur l'ensemble de l'Ile-de-France. Les travaux de Nicolas Laruelle (IAU îdF, 2011) questionnent, par exemple, le potentiel mobilisateur de la « ceinture verte » en termes d'identité, et montrent que ce territoire a du mal à définir son identité entre un cœur métropolitain bien identifié, et une périphérie périurbaine qui pourrait s'appuyer sur des identités de « villages ».

#### **Grand-Paris : quels éléments de base d'une conscience collective ?**

La perception de spécificité par les habitants est un élément invoqué dans plusieurs études sur la fabrique identitaire. En Bretagne par exemple, si l'identité régionale est appropriée, elle n'est pas reconnue par les habitants comme particulièrement spécifique par rapport au reste des français. En revanche en Ile-de-France, si l'attachement régional est peu représenté, la conscience de spécificités apparaît très marquée. Et ces éléments de spécificités reconnus par les habitants peuvent certainement aider à construire ce sentiment d'appartenance.

Une hyper-mobilité francilienne : L'enquête de 1997 « Histoire et vie » insistait ainsi sur une première spécificité qui serait les modes de déplacements et une mobilité francilienne spécifique. L'Ile-de-France serait une région caractérisée par le mouvement permanent, le parcours du territoire dans sa quasi-totalité. Il y aurait donc une continuité et une complexité dans l'usage du territoire que l'on ne retrouve pas ailleurs. Malgré le fait qu'il y a des fractures et d'importantes disparités en Ile-de-France, les enquêtés affirment tous « Nous sommes métropolitains car on bouge tous dans le territoire ». A des échelles différentes selon les bassins de vie, mais ressort tout de même cette perception d'une appartenance commune du fait de ces mobilités qui sont à la fois asymétriques mais aussi très intenses.

La force des pluri appartenance : L'Ile-de-France est une région où les habitants sont le moins attachés à l'échelon régional, mais aussi où ils sont les plus nombreux à se considérer de plusieurs territoires, à se définir selon des appartenances plurielles.

En 2003 l'Insee avait fait un travail sur la conscience d'appartenance et sur les parcours migratoires. On voit ainsi que les habitants ayant toujours habité dans la même commune se définissent à 78 % par le niveau communal. Pour les personnes qui ont toujours vécu dans la même région, cette référence à la Commune reste majoritaire mais de manière moins significative. La conclusion de cette étude est que le déterminant du niveau d'appartenance était moins l'origine que le parcours migratoire des personnes. Les personnes venant d'une autre région, ou qui s'étaient beaucoup déplacés sur le territoire, avaient moins d'attachement aux échelons locaux. Finalement le statut de terre d'accueil et de passage de la région francilienne serait une idée à prendre en compte car la pluralité des parcours n'est pas à négliger.

Une identité dans la projection vers le futur et pas la rétrospection historique : La même enquête de 1997 montre que, dans la majorité des régions françaises le patrimoine s'attache d'abord à la culture, au passé historique et aux grands sites naturels, tandis que la région Ile-de-France est celle où ressort l'idée que le patrimoine intègre aussi des œuvres d'aujourd'hui.

L'idée que le patrimoine classique historique est monopolisé dans l'espace symbolique de Paris peut certainement expliquer son faible potentiel de support à une identité commune du Grand-Paris. Le patrimoine vivant, la modernité et les éléments de projection sont certainement des éléments qui pourraient être davantage fédérateurs pour construire cette identité commune.

### **Quelle méthode et quels outils : Comment construire cette fabrique identitaire ?**

La capacité de l'action publique en la matière reste très limitée. L'action publique sur les territoires a une capacité de production d'images et de constitutions de scène politiques, mais le sentiment d'appartenance et in-fine les spécificités conscientes ou inconscientes de la région francilienne ne relève pas d'une entreprise plus globale. Romain Pasquier (2012) considère qu'il y a une adaptation possible au cadre régional du concept de « nationalisme banal », lequel vise les pratiques et habitudes du quotidien. Il parle pour la Bretagne de « régionalisme banal ». Faudrait-il pour la région Ile-de-France parler de « métropolisme banal » pour désigner un ensemble d'actions, d'habitudes et de représentations, volontaires ou construites qui aboutissent à des choses intégrées par le citoyen et qui créent un sentiment d'appartenance commun, même diffus, en tous cas pas totalement conscient et revendiqué.

Si l'on examine un ensemble d'actions et de réalisations (sur l'urbanisme, les mobilités, les lieux culturels, le patrimoine, le paysage, le terroir, le sport, la création artistique, les médias) on peut avoir le sentiment que ce processus est déjà à l'œuvre dans le Grand Paris, depuis 10 ans, avec l'émergence progressive de références communes propres à cet espace et caractérisant la communauté grand-parisienne. Ce processus en cours peut-être un outil d'adhésion et de construction d'un projet du Grand Paris. Mais il ne sera peut-être pas totalement abouti tant qu'on ne lui donnera pas aussi une dimension politique et institutionnelle pleinement démocratique.

## **MISE EN PERSPECTIVE INTERNATIONALE : GRAND MOSCOU ET GRAND BUENOS AIRES**

Marie JUSSAUME, Manon LE BON, Arthur LE MOIGNE, Olga SUSLOVA

*Étudiants à l'ENS*

Pour mieux comprendre les enjeux de fabrique identitaire métropolitaine, il semble intéressant de développer deux exemples internationaux, le Grand Moscou et le Grand Buenos Aires. A priori très différents du contexte Grand Parisien, ils permettent néanmoins d'éclairer la fabrique identitaire à travers la mise en place de projets et politiques publiques. S'intéresser à l'identité territoriale invite à interroger ce qui est construit comme éléments semblables, fédérateurs d'un imaginaire commun entre les acteurs du territoire mais aussi ce qui permet de le distinguer. Le territoire est un espace d'identification, d'incarnation de l'identité, dans et à partir duquel un groupe se reconnaît et se construit comme groupe ou communauté. Ainsi dans l'identité territoriale « c'est le territoire en tant qu'objet spatial porteur de signes culturels et doté de sens qui alimente la construction du sens, du sujet ou de la collectivité. La référence à un espace fonde la conscience d'une singularité collective ; la singularité sociale et culturelle s'alimentant de la singularité de l'espace qu'elle conduit à produire. » (Fourny, 2008)<sup>2</sup>.

### **La création du Grand Moscou**

La Russie est un pays fédéral composé de divisions territoriales complexes héritées de l'organisation de l'URSS<sup>3</sup>. Moscou concentre les fonctions administratives et économiques et une part importante de la population du pays. La mégapole compte plus de 12 millions d'habitants (16,5 selon certaines sources) et ses limites administratives sont bien plus vastes que celles de la métropole parisienne : la superficie à l'intérieur de la rocade MKAD (*Moskovskaïa Koltsevaïa Avtomobilnaïa Doroga*, voie périphérique automobile de Moscou) est équivalente à celle de l'Ile-de-France. Enclavée dans le *Moskovskaya oblast* (unité administrative dirigée par un gouverneur), Moscou fonctionne comme un territoire autonome distinct de sa région, ce qui entraîne un fort contraste ville-périphérie.

<sup>2</sup> Fourny Marie-Christine, 2008. « Identité et aménagement du territoire. Modes de production et figures de l'identité de territoires dans les recompositions spatiales ». In Fabrice Thuriot Jean-Claude Nemery, Michel Rautenberg. Les stratégies identitaires de conservation et de valorisation du patrimoine, L'Harmattan, pp.101-114.

<sup>3</sup> Le pays compte 22 républiques, 9 kraïs (reliques de districts autonomes abolis), 46 oblasts (unités administratives dirigées par un gouverneur), 1 oblast autonome, 4 districts autonomes et 3 villes d'importance fédérale.

## La « Nouvelle Moscou » l'enjeu d'intégration de nouveaux territoires

En 2011 est créée « la Nouvelle Moscou », groupement de territoires au Sud-Ouest de la capitale, initialement situés dans le *Moskovskaya oblast*. La superficie de la ville est multipliée par 2,4 mais l'augmentation de la population est très réduite (250 000 personnes). L'intégration de ces territoires qui demeurent enfermés dans un statut de périphérie distincte du centre de Moscou, reste balbutiante. Ce projet de création administrative est par ailleurs fortement critiqué, notamment dans le champ académique par les géographes Alexei Skopine et Arkadii Tishkov ou par l'architecte Yurii Bocharov. Ces derniers mettent en avant l'absence de concertation auprès de la population, les dommages environnementaux conséquents, l'efficacité très relative sur l'amélioration des flux de transports et finalement un projet qui obéit davantage à des intérêts économiques privés plutôt qu'à une recherche de bien commun.

## Une identité architecturale pour une métropole mondiale ?

Pour répondre à la problématique majeure du surpeuplement et de la saturation du réseau de transport, la ville de Moscou a lancé une révision de son Genplan en 2005. Le Genplan est le document majeur de la planification urbaine. L'enjeu était l'intégration de la Nouvelle Moscou en 2011 et la mise en place d'une stratégie du développement du Grand Moscou. Pour cela un concours international est ouvert en 2012. Parmi les lauréats, une équipe française, « Grumbach & Wilmotte associés », proposait de restructurer le développement autour de deux axes majeurs, ceux du train et du métro (au lieu de la voiture). Leur plan appelé le « MKAD express » s'est inspiré du Grand Paris express et de l'idée de transformer la rocade automobile en axe de transport collectif. « Grumbach & Wilmotte associés » proposait également de s'appuyer sur « l'ADN de Moscou », une architecture type et reproductible, dans l'objectif de conserver l'identité moscovite à l'ère de la globalisation. Cet ADN est alors défini comme une unité architecturale copiant la trame urbaine et les caractéristiques paysagères d'un quartier ancien de la vieille ville, caractérisé par un équilibre « 50 % végétation, 50 % construction », par la présence de nombreux espaces verts et par une trame bâtie dense avec des édifices de faible hauteur.

Mais existe-t-il une véritable identité moscovite, sur laquelle les architectes pourraient s'appuyer ? Selon la géographe Olga Vendina, plus de la moitié des Moscovites se considèrent d'abord comme des Russes et seulement dans un second temps comme des Moscovites. Pour le sociologue Victor Vakhstein plus de 60 % des habitants de la capitale ne se sentent pas Moscovites. Pour lui, Moscou n'est pas une ville, c'est une entreprise géante qui dirige le pays, ce qu'il appelle « la ville-bureau ». Ces analyses posent une question fondamentale en lien avec le séminaire : est-il pertinent de s'appuyer sur l'identité pour construire politiquement et économiquement une métropole globale ?

## L'émergence d'un « Gran Buenos Aires »

L'Argentine s'appuie sur un système fédéral structuré autour de 23 provinces. La répartition des compétences, qui n'est pas sans difficultés et ambiguïtés, s'organise autour du maillage des provinces indépendantes, elles-mêmes divisées en *partidos* ou *municipios* (municipalités) indépendantes.

À Buenos Aires en raison du statut particulier de ville autonome depuis 1994 et de la réflexion sur la gouvernance du territoire métropolitain ; l'articulation de ces échelons est encore plus complexe. Auparavant sous tutelle du gouvernement fédéral, la capitale constitue désormais une enclave administrative indépendante dotée de son propre gouvernement et de sa propre constitution au sein de la Province de Buenos Aires. Le périmètre du Gran Buenos Aires (GBA) englobe la ville autonome et un nombre variable de *partidos* dits du *conurbano* (terme désignant les périphéries concernées par les mobilités pendulaires). Cette entité aux limites mal définies a plusieurs acceptions, politiques, statistiques ou de planification. On estime ainsi actuellement que le Gran Buenos Aires recouvrirait une superficie de près de 3 833 km<sup>2</sup>. Elle constitue également une entité de planification en cours de structuration depuis 1948, date à laquelle est proposé un premier projet de plan régulateur fondateur. Ce dernier a été réactualisé notamment par le Plan stratégique de Buenos Aires de 2016 où l'on retrouve la revendication d'une « perspective métropolitaine ». La principale réflexion autour de la construction du Gran Buenos Aires s'appuie en effet sur l'intégration des *partidos* périphériques au sein d'une même entité et sur l'organisation des projets d'aménagements d'envergure métropolitaine.



## **La création de projets territoriaux aux frontières de la capitale fédérale « les districts »**

La politique des distritos s'inscrit dans la recherche de moyens d'actions pour alimenter et développer la création d'une identité territoriale. Ce projet de promotion s'appuie sur le développement de territoires qui regroupent plusieurs partidos et s'organisent autour de projets territoriaux thématiques. L'idée est ainsi de rassembler au sein d'un même district un espace géographique délimité par des activités et des acteurs similaires. Ces derniers sont ciblés par le gouvernement par le biais d'avantage fiscaux et d'aides à l'installation supposés renforcer l'attractivité du district.

Dans le cas du district de los artes, situé dans le Sud de la capitale, les efforts se portent sur l'amélioration de la connectivité avec les territoires alentours, via des projets de création de lignes de bus et d'infrastructures ferrées. L'idée est de créer un écosystème pour renouveler l'identité des quartiers sud, longtemps relégués. L'objectif est de dynamiser l'échelle locale (création d'emploi, de projets culturels, de nouvelles infrastructures, etc.) et de rayonner à l'échelle de la ville et à l'échelle internationale. Dans le district des Arts, cette construction identitaire s'appuie notamment sur l'imaginaire de la Boca, ancien port, porte d'entrée de l'immigration et berceau du tango, pour revaloriser des quartiers populaires du Sud de la ville (Boca, Barracas et San Telmo).

### **Une initiative balbutiante qui pâtit de son manque de moyens**

Le projet des distritos semble innovant car il s'appuie sur la création de territoires à la frontière des partidos de la capitale et des espaces périphériques qui sont organisés autour d'usages et de pratiques communes. Le district permettrait par sa délimitation précise et par le regroupement d'activités, d'identifier un espace symbolique et fonctionnel transcendant les anciennes frontières physiques ou institutionnelles. Ces districts, notamment le district sud qui comprend des territoires de part et d'autre de la frontière de la capitale fédérale, questionnent la place de ces espaces métropolitains frontaliers et seraient susceptibles de révéler leur potentiel en tant qu'espaces pivot à l'échelle du Grand Buenos Aires. Ils seraient autant accessibles de la capitale que de la province et permettraient de créer des espaces de pratiques communes, desservis et appropriés par tous. En région francilienne, certains espaces de pratiques frontaliers comme le parc de la Villette peuvent également s'inscrire dans cette dynamique.

Pourtant malgré les initiatives ambitieuses portées par ces projets, les réalisations concrètes demeurent à l'heure actuelle limitées et balbutiantes. Hormis la création de grands équipements culturels à l'image de la Usina del Arte qui accueille des expositions et des festivals internationaux, cette politique des districts n'a pas répondu aux ambitions initiales, principalement en raison de manque de moyens financiers. Dans le district des arts, le quartier touristique du Caminito et l'Usina del Arte s'apparentent à des enclaves touristiques déconnectées du territoire local.

Si les échelles spatiales sont difficilement comparables avec celles de la région Ile-de-France, les problématiques identitaires et institutionnelles des villes de Moscou et de Buenos Aires présentent des similitudes qui éclairent les enjeux liés à l'émergence d'un nouveau territoire administratif. Les différentes expérimentations actuellement à l'œuvre proposent ainsi des pistes de réflexion sur la recherche de supports d'appropriation identitaire ou symbolique par les habitants que ce soit sur le plan architectural dans le cas moscovite ou des dynamiques de projets dans le cas protégé.

## TABLE RONDE

Avec Elsa RESCAN, *Ingénieure programmatrice, agence Ville ouverte*, Daniel BREUILLER, *Vice-président de la MGP, délégué à la mise en valeur du patrimoine naturel et paysager, à la politique de la nature et à l'agriculture en ville et ancien maire d'Arcueil*, Maxime CAILLARD, *Urbaniste, agence Ville ouverte* et Vianney DELOURME, *Fondateur d'Enlarge your Paris*.

Animée par Brigitte GUIGOU, *chargée de mission, Institut Paris Region*

### LE « GRAND PARIS » : QUELQUE CHOSE QUI CONCERNE LES HABITANTS ?

L'agence Ville Ouverte a travaillé avec l'agence TVK sur le projet des places du Grand Paris. Vous avez réalisé une enquête auprès d'usagers du futur réseau du Grand Paris Express pour comprendre la façon dont ils vivaient et se représentaient ces différents territoires. Qu'en avez-vous retenu ?

Elsa RESCAN

*Ingénieure programmatrice, agence Ville ouverte*

La société du Grand Paris nous a confié une mission d'élaboration d'un référentiel pour l'aménagement des espaces publics autour des futures gares du Grand Paris Express. Dans ce cadre, nous avons réalisé une enquête auprès de 100 usagers de ces futures gares et l'avons restituée sous forme de portraits. Même si l'enquête ne portait pas en premier lieu sur les identités territoriales, des réponses, notamment celles de personnes habitant en banlieue, permettent de nourrir les réflexions du séminaire ENS/Institut Paris Region. Ce que ces entretiens nous révèlent, davantage qu'une « identité grand-parisienne », c'est la diversité des trajectoires individuelles et des représentations territoriales des personnes qui y vivent.

La plupart des habitants que nous avons interrogés ne connaissent pas « la » banlieue : ils reconnaissent plutôt « des » banlieues et surtout des lieux (là où ils habitent, travaillent, font leurs courses). Par exemple, le périmètre quotidien de Catherine, une retraitée habitant en banlieue sud, se déploie à l'échelle métropolitaine, de Gif-sur-Yvette à Saint-Denis en passant par le Val d'Europe. Elle connaît des lieux très différents et leur attribue chaque fois des particularités. Son regard, comme celui de beaucoup d'enquêtés, diffère du regard de nombreux professionnels, qui tendent à voir « la » banlieue comme un ensemble uniforme..., et parfois comme une terre inconnue.

Les personnes que nous avons interrogées ont par ailleurs des perceptions différentes des projets d'aménagement supposés structurer la métropole. Une personne nous dit : « Les travaux, là-bas ? Je ne sais pas, c'est le Grand Paris... ». Chaque projet qui émerge en banlieue est identifié par la marque du Grand Paris sans que celle-ci ne soit vraiment explicitée, appropriée, ou ne fasse sens pour celui qui l'emploie. Le terme Grand Paris s'est diffusé dans le vocabulaire courant pour désigner un ensemble d'actions sans pour autant recouvrir une réalité concrète et saisissable. Cette dénomination charrie également son lot d'inquiétudes, par exemple pour Kevin, un livreur de pizza rencontré sur le Plateau de Saclay, qui nous dit : « Attention à ne pas construire sur de bonnes terres agricoles ! ». Si la perception de la nature et des contours du Grand Paris reste floue, cela n'empêche donc pas une certaine clairvoyance quant à ses conséquences concrètes. Ainsi, Janine, qui travaille à Vitry-sur-Seine mais vit dans le Val-d'Oise, constate que l'urbanisation se rapproche de chez elle. Pour elle qui consent à faire une heure de trajet en RER tous les matins, parce qu'elle a fait le choix délibéré de vivre dans une maison proche de la nature, c'est une source d'inquiétudes. Pour beaucoup, le Grand Paris signifie également une remise en question de leur mode de vie.

Certaines perceptions demeurent néanmoins positives, voire enthousiastes. Par exemple, un agent de sécurité sur le Plateau de Saclay affirme « Le Grand Paris, c'est Paris en plus grand ». Des habitants du Vexin français expriment le sentiment que si Paris grossit, « on va être plus intégré dans la métropole » : autrement dit, on va avoir accès plus facilement au niveau de services et de desserte que l'on associe à la métropole.

Les portraits des enquêtés se distinguent aussi par les rapports qu'ils entretiennent avec Paris. A Sevran, des collégiens disent « Parfois on va au vrai Paris, le Paris Tour Eiffel » : Paris est pour eux un objet touristique et de curiosité. À côté de cela, un habitant de Saint-Denis dit « Quand t'habites à Saint-Denis, t'as pas envie de faire une soirée à Bondy » : pour lui, malgré la présence de centralités secondaires extérieures, Paris intra-muros demeure le centre de l'attention et de l'animation. Pour d'autres au contraire, Paris est un horizon lointain, étranger aux espaces de vie quotidienne. C'est le

cas pour cet habitant de Sevran qui nous dit : « Qu'est-ce que vous voulez que j'aie à faire à Paris ? Ça fait deux ans que je n'ai pas mis les pieds à Paris ».

Par ailleurs, alors que l'on pourrait penser que les habitants du Grand Paris ont des ancrages communaux plus faibles qu'ailleurs en France, la commune reste pour beaucoup d'entre eux une échelle de référence. Par exemple, Meite, qui habite le XVème arrondissement et travaille à Saint-Denis, souhaiterait s'installer à Vitry : pour lui, Vitry est une ville agréable, où il connaît de la famille et des amis, où il a ses habitudes. La ville est associée à des liens d'interconnaissances et de pratiques.

Ces entretiens montrent qu'il n'y a pas un seul récit du Grand Paris mais une multiplicité de récits individuels propres aux habitants et aux territoires parcourus. Ce qui importe, c'est que chacun arrive à y trouver sa place. Toutefois, les habitants du Grand Paris partagent des pratiques et des lieux qui révèlent bien une communauté de destins. L'une des principales récurrences de leurs discours concerne « les galères » des transports et l'hypermobilité : « Cela fait 37 ans que je vis l'enfer des transports en commun, que je prends trois RER par jour », nous dit Janine. Les désagréments ne concernent pas seulement les transports en commun mais aussi l'usage de l'automobile pour les habitants de la deuxième couronne qui sont victimes de la congestion du trafic francilien. Ce qui rassemble aussi les enquêtés, c'est la connaissance d'un Paris qui n'est ni celui des Parisiens, ni celui des touristes, pour eux, Paris a d'abord une fonction de plateforme et un usage de transit. Les autres espaces qui constituent des repères métropolitains sont les centres commerciaux comme celui de Val d'Europe, avec des rayonnements larges, mais aussi les grands espaces verts, comme ceux de la Vallée de Chevreuse, du Parc de la Courneuve ou du Parc de la Poudrerie. Ce sont des lieux de rassemblement et de rencontre intégrés dans le mode de vie des habitants.

Pour conclure, les enquêtés ne donnent pas à voir une identité grand-parisienne unique ni uniforme, le Grand Paris lui-même demeurant une notion floue. Au contraire, ils témoignent d'une multitude de parcours de vie qui sont pourtant tous façonnés par le fait métropolitain. Ainsi, le marché immobilier ou les transports sont autant d'enjeux quotidiens qui façonnent une communauté de destins : peut-être davantage qu'un sentiment d'appartenance commune, ils peuvent être à l'origine d'une forme de citoyenneté métropolitaine.

## LE POIDS DE L'HISTOIRE ET DES IDENTITÉS COMMUNALES DANS LE GRAND-PARIS : L'EXEMPLE D'ARCUEIL

Après avoir été maire d'Arcueil pendant 19 ans, vous êtes, depuis 2016, vice-président de la MGP. Vous restez très attaché à l'échelle communale et à la défense de ses spécificités et de son identité dans le contexte métropolitain. Pourquoi ?

Daniel BREUILLER

*Vice-président de la MGP, délégué à la mise en valeur du patrimoine naturel et paysager, à la politique de la nature et à l'agriculture en ville et ancien maire d'Arcueil*

En tant qu'ancien maire, je suis ravi de voir à quel point la place de la commune dans les identités et les sentiments d'appartenance métropolitains demeure puissante. Je vous invite à aller regarder les cahiers de doléances de 1789 des communes dans lesquelles vous vivez, c'est une expérience édifiante et instructive. La banlieue est effectivement constituée de villes et villages qui ont chacun une histoire spécifique et que l'on regroupe sous le terme englobant de "banlieue".

La question de l'image de marque est également importante. Créer le Grand Paris revient-il à choisir une marque pour l'attractivité internationale ou un symbole de référence pour ceux qui y vivent ? La majorité des acteurs qui construisaient le Grand Paris autour de Pierre Mansat, de Bertrand Delanoë, de Paris Métropole, croyaient davantage en l'idée d'un destin commun qu'en celle d'une marque. Ce destin commun s'appuie pourtant sur une organisation polycentrique de l'espace de vie (nous habitons une ville, travaillons dans une autre et nous cultivons encore dans d'autres) mais est aussi structuré par des liens d'interdépendance qu'il convient de rendre visibles pour les intégrer aux réflexions d'aménagement de la métropole. Les effets de rayonnement ne se limitent pas aux frontières administratives : les pollutions générées par les flux sur l'autoroute ne s'arrêtent pas aux frontières du périphérique et la recherche scientifique s'étend de la Montagne Saint-Genève au Plateau de Saclay.

Je voudrais mettre l'accent sur le terme de rayonnement plutôt que sur celui d'attractivité : ce qui m'importe n'est pas de savoir comment se construit le regard des autres, mais plutôt comment nous pourrions continuer à vivre dans les meilleures conditions possibles dans ce territoire du Grand Paris.

Les grands événements peuvent être des moteurs de construction identitaire mais leur potentiel fédérateur s'accompagne aussi de phénomènes d'exclusion. À titre personnel, je rêve d'un carnaval commun à tous les "villages" de l'agglomération qui aurait lieu sur le boulevard périphérique. La signification symbolique serait incroyable, car d'une infrastructure qui aujourd'hui nous sépare, nous créerions un espace de rassemblement qui servirait de socle à notre cohésion.

Le cas de la commune d'Arcueil est éclairant. Les Arcueillais ont un sentiment très fort d'appartenance à leur ville même s'il peut prendre des formes variables. En effet certains sont moins attachés à la ville qu'à sa proximité avec Paris et à son marché immobilier plus favorable. Il y a bien sûr mille raisons et façons d'apprécier l'identité de la commune dans laquelle on vit, mais mon propos est d'affirmer que ces identités s'inscrivent dans la durée et dans des histoires. En 1922 Arcueil et Cachan se sont séparées, suite à une demande faite par Cachan en 1880. Arcueil, ville industrielle et ouvrière, s'était dotée d'un maire communal, ce qui dérangeait les habitants de Cachan qui était à l'époque un bourg paysan. Par la suite, Arcueil a été pendant 70 ans une ville communiste, Gentilly aussi, mais les deux villes ont des histoires différentes. Gentilly, qui est marquée par une tradition anarcho-syndicaliste, a été dépeçée par l'élargissement de Paris à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle. C'est la plus petite ville de notre territoire, avec malgré tout deux députés et deux conseillers généraux. Ces exemples de territoires de la première couronne révèlent une véritable culture de la défense de l'unité communale qui forge les identités locales et restent lisibles aujourd'hui, notamment dans les héritages politiques.

La ville d'Arcueil est donc plus marquée par son histoire politique et sociale locale que par son intégration dans la métropole parisienne. Les briques rouges de ses logements sociaux, la visite de Nelson Mandela en 1996 pour rendre hommage à Dulcie September, citoyenne d'Arcueil et représentante en France de l'ANC (*African National Congress*), ou la maxime "Plus loin, plus haut, plus fort" du père Henri Didon, devenue devise des jeux olympiques par l'intermédiaire de Pierre de Coubertin. Tous ces éléments de l'Histoire locale sont des marqueurs identitaires. Les communes portent une identité forte, et ce n'est pas un hasard si cet échelon administratif a survécu à de nombreuses réformes.

Que retenir alors des relations entre Paris et les territoires adjacents ? Il est évident que la proximité du volcan parisien a un impact énorme sur la première couronne et qu'une attraction irrésistible existe. Pour autant, est-ce que le Grand Paris doit simplement être un Paris en plus grand ? Je ne le souhaite pas car les conséquences sociales pourraient être graves. Je ne souhaite pas que les processus d'embourgeoisement et de gentrification en cours à Paris prennent la même ampleur sur toute l'agglomération. Les Arcueillais ont besoin d'un Paris vivace et rayonnant, mais ils ont aussi besoin que cette puissance ne se construise pas en niant la réalité des autres espaces. Les paysages sont aussi des éléments structurants de l'identité. Cela semble évident lorsque l'on constate l'importance de la Seine, mais aussi celle de la Bièvre, rivière que la très grande majorité des gens n'ont pourtant jamais vu. Le projet d'en découvrir une partie suscite un vrai engouement.

## CHANGER L'IMAGE ET (RE) POSITIONNER LE TERRITOIRE

Maxime CAILLARD

*Urbaniste agence Ville ouverte*

Comme Elsa Rescan, vous travaillez à Ville Ouverte, agence qui est très impliquée dans la construction de méthodes participatives dans les projets d'urbanisme. Votre position, à l'interface entre les collectivités et les habitants, vous permet de contribuer à la construction d'un récit en vue d'impliquer l'ensemble des acteurs et des parties prenantes. Pourquoi et comment ?

L'exemple du Val de Nièvre et de sa démarche d'élaboration du PLU intercommunal illustrera la manière dont l'image et l'identité d'un territoire peuvent guider une démarche de planification territoriale. Ce territoire rural, situé dans la Somme à proximité d'Amiens, est structuré par la vallée de la Nièvre. Principalement organisé autour de son héritage industriel du XIX<sup>ème</sup> siècle lié à la confection de toile de jute, le territoire s'est recentré sur lui-même privilégiant un développement organisé sur la base de dynamiques internes. Cette constitution autour de la vallée et de son bassin d'emploi a largement participé à la construction de l'image industrielle et ouvrière du territoire.

Dans les années 1990 ces activités industrielles ont commencé à décliner entraînant une rupture des équilibres territoriaux ainsi qu'une dégradation d'image et une dépréciation des supports identitaires traditionnels laissant de profondes séquelles, présentes encore aujourd'hui. Face au développement concomitant et au rayonnement de la métropole amiénoise, le fonctionnement territorial hérité n'a pas permis au Val de Nièvre de se saisir des dynamiques extérieures, accentuant encore ce repli et cet entre-soi et plaçant le territoire dans une position complexe de périphérie déclinante.

Pour accompagner les élus dans la définition de leur projet de territoire, construit à l'échelle de vingt communes et regroupant plus de 17 000 habitants, différentes séances de travail ont été organisées et ont permis de croiser les approches sensibles et les analyses factuelles, multithématiques et objectivées. L'ensemble des enjeux identifiés par les élus intercommunaux, avec l'appui de Ville Ouverte, a permis de mettre en exergue la principale problématique à laquelle le territoire devait faire face et s'interroger sur le renouvellement de l'image du territoire sans pour autant nier et exclure son passé industriel. Les équipes ont croisé trois approches sur les perceptions du territoire : celle vécue « de l'intérieur », celle vue « de l'extérieur » et enfin celle souhaitée par le territoire. Le premier axe d'analyse a permis aux élus d'interroger leur propre image et leur propre perception du territoire. Après ce regard « de l'intérieur » la démarche a interrogé la façon dont le territoire était perçu de l'extérieur, l'objectif étant de mesurer les possibles décalages et d'identifier des supports identitaires potentiels. Sur cette base, les élus locaux se sont ensuite interrogés sur la manière dont ils souhaitaient être perçus à l'avenir pour avoir un horizon de déploiement plus clair en accord avec leurs aspirations. Ces étapes ont permis « de faire territoire » et construire à l'échelle de vingt de communes un récit commun constituant le socle d'un projet territorial pouvant être décliné par la suite en orientations stratégiques.

Ainsi partagé, les élus ont tenu à y impliquer les habitants pour rendre le territoire visible à lui-même et amorcer le changement d'image. Cela s'est traduit notamment par un week-end de concertation appelé « Vallées d'avenir ». Durant trois jours les participants ont eu l'occasion de nourrir le projet en échangeant sous de multiples formats : atelier débats, visites patrimoniales, projets personnalisables à annoter, chasse au trésor pour dialoguer avec les enfants... Le week-end s'est conclu par une marche dans la vallée, composante historique et structurante du territoire où l'enjeu de mobilité reste majeur. Elle a permis de rompre avec des présupposés (rapport temps-distance, qualité et sécurité des cheminements). Elle a par ailleurs permis de faire émerger, tant pour les élus que pour les habitants, la volonté de faire de la vallée la colonne vertébrale du territoire et de transformer l'ancienne voie ferrée en voie verte. L'exemple de la démarche d'élaboration du PLUi du Val de Nièvre permet de comprendre comment, dans un territoire non métropolisé, la construction d'un récit commun et la recherche d'une nouvelle image ont constitué le socle d'un projet politique d'abord, permettant de repositionner le territoire dans sa géographie, d'aménagement ensuite, en répondant aux enjeux et aspirations des habitants en matière de mobilité grâce à des réalisations concrètes, telles que la future voie verte.

## LES FRONTIÈRES DU GRAND PARIS NOUS STRUCTURENT (ET NOUS JOUONS AVEC)

Enlarge your Paris est un média qui souhaite franchir les limites du périurbain et mettre en lumière des lieux méconnus pour valoriser une nouvelle image de la banlieue. Comment cette initiative s'est-elle construite ? Quels sont vos principales actions et vos projets ?

Vianney DELOURME

*Fondateur d'Enlarge your Paris*

Initialement Enlarge your Paris c'était un groupe de journalistes qui travaillaient pour des médias nationaux mais vivaient en banlieue. Pour nous s'intéresser à l'espace proche était aussi un moyen de nous rendre service et de raconter autrement le Grand Paris tel qu'il est vécu. Lancé en 2013, puis reconnu comme site de presse par le ministère de la Culture en 2015, Enlarge your Paris s'intéresse tout particulièrement à la culture et à ceux qui pensent et fabriquent la ville durable. Pour nous, ce territoire du Grand Paris concerne tous les espaces où nous pouvons accéder grâce au dézouage du Pass Navigo. Cette décision de dézouage a marqué une évolution fondamentale dans la mobilité des citoyens. Notre objectif est de mettre en lumière les lieux existants, en partant du principe que la banlieue dans toute sa diversité abrite une offre culturelle de grande qualité.

L'équipe d'Enlarge your Paris a commencé à faire des explorations pour créer une communauté d'acteurs dynamiques et collaborer avec des associations qui proposent des démarches intéressantes comme les associations "À travers Paris" ou "Le voyage métropolitain". L'une des premières réalisations a été de chercher et de recenser les panoramas remarquables. Cela s'est traduit par exemple par une grande marche à laquelle ont participé plus de 600 personnes. Nous avons aussi lancé, avec les associations Des Ricochets sur les Pavés, Campus urbain et Vitry'n urbaine, le sentier du street-Art du Grand Paris qui part du 13<sup>e</sup> arrondissement pour aller jusqu'à Vitry. Nous avons lancé une autre ballade autour de la future ligne 15, « l'anti Périphérique par excellence ». Finalement, Enlarge your Paris c'est plus qu'un média, c'est une communauté de gens passionnés par le territoire métropolitain.

De cette communauté est née l'idée d'écrire le territoire ou plutôt de le réécrire selon un point de vue qui ne serait pas celui du Paris intra-muros mais celui des différents territoires souvent désignés comme de simples périphéries. Nous souhaitons promouvoir une lecture plus sensible et personnalisée qui ne serait pas issue de la seule production de cartes par des géographes et des urbanistes mais qui s'appuie sur une pluralité de regard et de points de vue. Par exemple nous avons créé notre carte des "Go Zones" puis, en partenariat avec les Magasins Généraux, notre guide du Grand Paris. Nous avons récemment été lauréats du concours de design du Pavillon de l'Arsenal pour notre projet d'installer de nouveaux panneaux à l'intérieur de Paris pour indiquer la direction vers des espaces de banlieue. Cet été nous voulons aussi interroger le rapport aux animaux en organisant la première Transhumance du Grand Paris qui se déroulera du 6 au 17 juillet avec aux manettes Enlarge your Paris, les Bergers Urbains et la Métropole du Grand-Paris. Notre objectif est de participer à une transformation des mentalités et des espaces, pour que ce Grand Paris soit le plus cohérent possible.

## ÉCHANGES AVEC LA SALLE

Pierre MANSAT

*Ancien adjoint au maire de Paris chargé de Paris Métropole et des relations avec les collectivités territoriales d'Île-de-France (2001/2014)*

Nous avons évoqué le flou qui persiste autour de l'objet « Grand Paris objet politique ». Justement, le sentiment d'appartenance décrit et détaillé par Léo Fauconnet rentre-t-il en conflit avec l'absence de projet politique grand parisien ? J'irai plus loin en affirmant qu'aujourd'hui il me semble y avoir une régression du sentiment métropolitain, notamment du fait de l'absence de débat politique autour du Grand Paris ou du modèle de métropole vers laquelle nous souhaitons aller. Mais cette régression peut-elle être aussi due à l'émergence des territoires ?

J'ai une seconde question, ne croyez-vous pas que la montée du marketing territorial doit se faire parallèlement au processus de décentralisation qui incitait les collectivités territoriales, et notamment les communes et les régions, à prendre plus de prérogatives et à se saisir davantage de leur histoire ?

Léo FAUCONNET

Sur ces questions de fabrique identitaire, le travail de l'Institut débute et nous devons étayer nos analyses et propositions. Néanmoins, la complexité de l'organisation institutionnelle, notamment depuis 2014, est probablement à l'origine d'une forme de régression ou du moins de la diffusion de l'idée que le sentiment d'appartenance collective est pris d'abord voir uniquement en charge dans le champ politique et institutionnel. Cependant, si vu de Paris il est facile d'affirmer que les limites administratives sont artificielles et vides de sens, l'intervention de Daniel Breuiller nous montre au contraire qu'elles sont la base d'une forte identité collective. Il ne faut pas sous-estimer la capacité des citoyens à se mobiliser et à affirmer leur multi-appartenance à différents territoires qui peuvent être à des échelles distinctes.

Charles-Édouard HOULLIER-GUIBERT

Je vous répondrais non pas sur le cas francilien mais de manière plus large. La relation entre territoire et sentiment d'appartenance métropolitain que vous pointez est très intéressante. Durant la rédaction de ma thèse, je me suis rendu compte que, quel que soit l'espace que l'on souhaite mettre en valeur, lorsqu'il y avait une situation de concurrence entre une ville centre et sa communauté urbaine, les objets qui rassemblent, fédèrent et font sens commun, sont souvent les mêmes. Ce sont des espaces centraux, liés à la dimension historique des villes qui fédèrent. S'ils sont des objets modernes, ils sont aussi souvent dans l'hypercentre. Il est rare d'observer des objets territoriaux fédérateurs qui soient

en dehors de la ville pré-XIX<sup>e</sup> siècle. J'ai rédigé un article sur ce sujet en 2009 à propos du cas de Rennes.

Marie DEKETELAERE-HANNA

*Inspectrice générale au Conseil Général de l'Environnement et de du développement, ancienne directrice de Paris Métropole (2009/2015)*

C'est d'avantage une remarque qu'une question. Il va nous falloir écrire l'histoire de la métropole du Grand Paris, car ne serait-ce que dans les termes employés, on constate qu'il y a eu une profonde évolution. Avant, l'expression « Grand Paris » était le symbole du projet de Nicolas Sarkozy, là où aujourd'hui elle est appropriée par davantage d'acteurs.

Le sentiment d'appartenance, je préfère ce terme à celui d'identité, a progressé aussi grâce à des grands événements internationaux. J'ai par exemple beaucoup travaillé sur l'exposition internationale de Shanghai où l'on a réussi, au prix d'un travail important, à faire un pavillon commun Paris Région. On a ainsi avancé dans la représentation internationale et on a aussi beaucoup progressé sur le plan associatif. En revanche, nous n'avons pas beaucoup avancé au niveau institutionnel ni dans la définition de notre projet social ou écologique.

Pierre-Marie TRICAUD

J'ai une question pour les deux intervenants, ne pensez-vous pas que le principal obstacle soit dans les périmètres institutionnels existants, notamment dans le périmètre plus étroit du petit Paris intra-muros et celui périmètre plus vaste de la région ?

Dominique FALCOZ

*Actrice du Grand Paris et habitante d'Arcueil*

En travaillant sur le sentiment d'appartenance, je me suis rendue compte qu'il y avait une multitude de réponses possibles mais qu'il y avait des enjeux de différenciation entre les bassins de vie. De plus, je tenais à souligner que les questions sociales et politiques propres aux quartiers dit « politiques de la ville » sont essentielles à traiter, et qu'elles ne disparaissent pas parce qu'on fait disparaître le mot « banlieue ».

Charles-Édouard HOULLIER-GUIBERT

Je ne sais pas quoi penser de ce mille-feuille administratif du Grand Paris. On dit souvent que la lenteur est due aux différentes couleurs politiques, pourtant j'ai fait l'expérience de territoires dont les collectivités avaient la même couleur politique mais qui ne parvenaient pas à s'entendre. Au-delà du clivage gauche-droite, il me semble que ce sont les logiques de carrière individuelles qui ralentissent l'ensemble. Le temps politique n'est pas le même que le temps des territoires. L'un des moyens – parmi d'autres- pour faire concorder ces deux temporalités, c'est l'organisation d'un grand événement, à l'image des Jeux Olympiques. A ce moment-là, l'accélération est commune. Il faudrait donc se servir de la date de 2024 pour traiter ces questions d'aménagement urbain et de développement territorial de manière plus coordonnée dans la région.

Léo FAUCONNET

La question institutionnelle est complexe et déborde du sujet que nous traitons aujourd'hui. Je ne peux qu'être en accord avec le diagnostic que vous dressez, et j'ajouterai qu'on avancera en prenant en compte cette réalité et non pas en la niant. Concernant la question des ancrages locaux, ce que j'ai souhaité exprimer à travers les études de cas, c'est l'idée que ces ancrages sont à la fois forts mais aussi de natures différentes en Ile-de-France et le travail ne peut donc pas être symétrique. Un autre point de vue intéressant est le rapport entre le centre et les périphéries. Le chercheur Daniel Béhar affirme que c'est peut-être moins les caractéristiques même des territoires locaux qui sont en jeu, que les représentations que les gens en ont. Les métropolitains peuvent être un peu perdus dans ces représentations du fait de la différence qui peut exister avec leurs pratiques du territoire. Pour Daniel Béhar, la réponse à apporter serait de créer une nouvelle identité mouvante qui correspondrait davantage à leur quotidien, or je pense pour ma part qu'il faut au contraire travailler davantage sur les ancrages locaux. Dans tous les cas, la priorité en Ile-de-France ne semble pas être la construction d'une conscience collective qui semble progressivement s'affirmer, mais plutôt la valorisation de tous les territoires dans leur diversité.

Brigitte GUIGOU

Daniel Breuiller, je souhaiterais vous poser une dernière question. Vous êtes vice-président de la MGP, délégué à la mise en valeur du patrimoine naturel et paysager, à la politique de la nature et à l'agriculture en ville. Quels leviers pouvez-vous mobiliser pour favoriser ce sentiment d'appartenance collective et d'identité partagée entre Grand-Parisiens ? Mais peut-être souhaitez-vous auparavant revenir sur les questions institutionnelles évoquées dans les échanges ?

Daniel BREUILLER

La question posée par Pierre Mansat est importante, mais à titre personnel je ne sais pas si l'identité du Grand Paris progresse, du moins chez les décideurs. Les batailles institutionnelles qui visent à reconduire telle ou telle institution, tel périmètre ou tel pouvoir personnel ne sont pas à la hauteur des nouveaux défis urbains. L'entrée institutionnelle n'est donc pas pertinente, on peut lui préférer l'entrée par la pensée du territoire, qui cherche à identifier des enjeux communs. C'est ce qu'illustre parfaitement la question agricole.

Paris est aujourd'hui autosuffisant à deux pour cent et la ville doit nécessairement penser son destin en collaboration avec les territoires producteurs alentours. Il y a aussi une pensée de la zone dense et du destin commun, afin d'essayer d'agir ensemble contre la pollution par exemple. C'est ce qui motive la création de zones à faibles émissions. Il faut donc parler des enjeux de la métropolisation plutôt que des institutions et se concentrer sur des sujets fédérateurs comme les paysages, l'héritage historique et les projets à venir. Il est nécessaire d'associer les citoyens à ces enjeux, sinon nous prenons le risque de créer des objets artificiels qui n'auront aucun écho auprès de la population. L'identité communale dépasse cette bataille et possède une pérennité remarquable. À titre personnel je suis très méfiant vis-à-vis de tout ce qui concerne le marketing territorial, cela ne me semble pas pertinent. Par contre, la notion d'identité est passionnante. Travailler main dans la main avec les citoyens permet aux élus de se recentrer sur les problématiques réelles, c'est à dire les problématiques sociales, politiques, écologiques et d'équité territoriale.



## BIBLIOGRAPHIE

- Chirkov, Andrey. Grand Moscou : le concept de Grumbach & Wilmotte. *Archplatforma* [en ligne], 24/09/2012. <http://archplatforma.ru/?act=1&nwid=1933> (Consulté le 3/01/2019)
- Debarbieux, Bernard. « Imaginaires nationaux et post-nationaux du lieu ». *Communications*, 2010, vol. 87, no. 1, p. 27-41
- Demographia. *Demographia World Urban Areas* [en ligne], avril 2019. <http://www.demographia.com/db-worldua.pdf> (Consulté le 3/01/2019)
- Di Méo Guy, 2002. « L'identité : une médiation essentielle du rapport espace/société ». *Géocarrefour*, Paris, vol. 77, n° 2, p. 175-184
- Houllier-Guibert Charles-Edouard, 2019, « L'attractivité comme objectif stratégique des collectivités territoriales », *RERU – Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, pp.153-175
- Houllier-Guibert Charles-Edouard, Luisi G., L., Albertini T., Bereni D., 2018, « La mobilisation des ambassadeurs dans le management d'une marque Territoire. Etude exhaustive des régions et métropoles françaises », *RMT – Revue de Marketing territorial*, 1 n°été, en ligne
- Houllier-Guibert Charles-Edouard, mai-juin 2016, « Le totem urbain, outil d'appropriation de la ville », revue *Espaces, Tourisme et Loisirs*, n°330, pp.4-17. Texte diffusé en format long (étude de 20 totems dans le monde) sur le blog *marketing-territorial.org*, accompagné du texte Les totems de l'UEFA Euro 2016, 2 p., en ligne
- Houllier-Guibert Charles-Edouard, 2012, « Le marketing territorial envers les habitants de Rennes », blog *marketing-territorial.org*, 4 p., en ligne
- Houllier-Guibert Charles-Edouard, 2011, « La fabrication de l'image officielle de la ville : gouvernance, idéologies, coopération territoriale et rayonnement », revue *Cahiers de géographie du Québec*, vol.54, n°154, avril, pp.7-35
- IAU îdF. « Coupes et découpes territoriales. Quelles réalités du bassin de vie ? », *Les Cahiers*, n°172, septembre 2015.
- IAU îdF. « Le paysage du projet à la réalité ». *Les Cahiers*, n°159, septembre 2011.
- Janicot Daniel. *Rapport au Président de la République. La dimension culturelle du Grand Paris*. La documentation française, Paris, 2013.
- Lévi-Strauss Claude (dir.). *L'identité*. Paris : PUF Quadrige, 1977.
- Michon Perrine. *Les biens communs : un modèle alternatif pour habiter nos territoires au XXIème siècle ?* Presses universitaires de Rennes, 2018.
- Monnet Jérôme, 2019, « La symbolique des lieux : pour une géographie des relations entre espace, pouvoir et identité », *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne], Politique, Culture, Représentations, document 56.
- Novick, Alicia ; Caride, Horacio. La construction de la banlieue à Buenos Aires (1925-1947), in : *Nommer les nouveaux territoires urbains [en ligne]*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2001.
- Novick Alicia, Lamborn Will « *Temas y problemas de la planificación en Buenos Aires. Notas sobre el Plan Urbano Ambiental* », 2014
- Pasquier Romain. *Le pouvoir régional. Mobilisations, décentralisation et gouvernance en France*. Les Presses de Sciences Po, 2012.
- Vaslin Julie. *Esthétique propre. La mise en administration des graffitis à Paris de 1977 à 2017*. Thèse de doctorat en Science politique. Université Lyon 2 Lumière ; Sciencespo Lyon, 2017.

## SITOGRAFIE

<https://www.arcueil.fr/>

<https://www.enlargeyourparis.fr/>

<http://www.ville-ouverte.com/agence>

<http://www.univ-rouen.fr/version-francaise/outils/m-houllier-guibert-charles-edouard-267011.kjsp>

<https://www.iau-idf.fr/societe-et-habitat/les-seminaires-ens-iau-sur-les-questions-urbaines.html>



**L'INSTITUT PARIS REGION**  
ASSOCIATION LOI 1901.

15, RUE FALGUIÈRE - 75740 PARIS CEDEX 15 - TÉL. : 01 77 49 77 49