

FAQ – Questions fréquemment posées

À propos du *LIVRE BLANC DU TOURISME À MONTMARTRE*

Q: pourquoi un LIVRE BLANC sur le tourisme à Montmartre ?

Contrairement à un « cahier de doléances » ce LIVRE BLANC veut présenter réalistement la situation complexe du tourisme à Montmartre, pour faciliter des prises de décisions qui devraient suivre les élections municipales de 2026.

Q: qui est le Professeur Rémy KNAFOU ?

Professeur émérite à l'Université Paris I Sorbonne (2005-2008), Rémy Knafou est l'auteur de nombreux ouvrages qui font référence sur le tourisme.

Q: qu'est ce que l'ADDM 18 ?

Fondée en 1976, l'ASSOCIATION DE DÉFENSE DE MONTMARTRE ET DU 18^e défend la qualité de vie des habitants de ce quartier. Elle intervient sur les sujets d'urbanisme, d'environnement, de nuisances. Elle est un interlocuteur apolitique reconnu de la municipalité et des services publics.

Q: quelle est l'importance de la fréquentation touristique de Montmartre ?

Elle est estimée entre 11 et 13 millions de visiteurs : par comparaison le musée du Louvre est à 9 millions et la Tour Eiffel à 7 millions.

Q: quelles sont ces statistiques inédites sur Montmartre ?

Une grande partie provient de l'opérateur téléphonique Orange qui traite statistiquement les connexions aux antennes. L' Observatoire parisien du tourisme bénéficie d'un traitement correspondant à ses besoins. On peut ainsi avoir connaissance des profils des visiteurs, de leurs trajets, de leur rythme.

Une autre partie a été communiquée par Airbnb : les données concernent les caractéristiques de séjour et de résidence des touristes à Paris.

Q: quelle forme a pris cette enquête sur le vécu des montmartrois ?

Une série d'entretiens auprès d'un panel de montmartrois a permis de recueillir, sur la base d'un questionnaire détaillé, des informations sur la manière dont des personnes vivant ou travaillant à Montmartre, perçoivent les touristes.

Q: en quoi l'évolution du commerce local est-elle « dommageable » ?

Le remplacement du commerce utile de proximité (alimentation, pharmacie) par des boutiques destinées à la satisfaction des touristes (souvenirs, friandises) est très préjudiciable pour les habitants.

Q: que reproche-t-on aux Pouvoirs Publics à Montmartre ?

Le politique semble avoir, de fait, délégué la gestion du site aux acteurs locaux de la lucrative économie du tourisme. La ZTI montmartroise (zone touristique internationale) a été établie pour favoriser le shopping et ne tient pas compte du besoin de tranquillité des résidents. L'espace public paraît de plus en plus partagé au profit des commerçants et des flux touristiques. L'action des services publics (propreté, police, voirie) est aussi jugée insuffisante et parfois mal orientée.

Q: peut on réellement parler de « surtourisme » à Montmartre ?

Le surtourisme fait référence à une perception des manifestations du tourisme conduisant à leur rejet par les habitants. Selon les critères établis par les experts du tourisme (indice IRRIDEX), on est à Montmartre dans une phase avancée d'irritation (début de tensions à propos des nuisances, de la circulation, de l'espace public, du foncier) pouvant déboucher sur une « phase terminale » d'antagonisme chargé de conflits, de manifestations, de dégradations.

Q: comment caractériser Montmartre comme un « BIEN COMMUN » ?

Par ses qualités (patrimoine, paysage, cadre de vie etc...) Montmartre est une ressource urbaine pouvant être altérée par un usage excessif et sans précautions. L'équilibre entre l'usage et la préservation de ce « bien commun » nécessite un encadrement et une protection juridique d'intérêt général.

Q: pourquoi ne pas s'inspirer d'exemples internationaux porteurs de solutions ?

En France, et à Paris, le tourisme est essentiellement vu sous l'angle économique. Résoudre ses effets pervers n'est toujours pas une priorité. À l'étranger, depuis le début des années 2020, certaines villes ont décidé de tenir compte de ses effets sur la population. Il est donc intéressant de connaître ces cas et de bénéficier de leurs expériences.

Q: quelles sont les mesures préconisées par les habitants et les autres acteurs concernés ?

Elles sont nombreuses, émises lors de l'enquête. L'ADDM 18 a présenté une liste de priorités sous 10 rubriques : commission paritaire d'encadrement, classement SPR, gestion réelle de l'espace public, régulation des groupes et des cars, taxes de séjour, politique de promotion du site, médiation, régulation du commerce, orientation des flux .

Q : quels exemples de cogestion du tourisme par concertation des habitants, des touristes et du politique, peut-on retenir ?

En France, un début de structure de ce type a été mis en place à Bordeaux (Agora du tourisme).

Les Conseils de Quartier parisiens, victimes de dysfonctionnements connus, ne semblent pas adaptés au traitement du problème.

Q : quels sont les « instruments de mesure et d'observation » nécessaires à la conduite d'une politique touristique ?

Il y a un manque évident d'enquêtes, de mesures de flux, de statistiques pour observer objectivement le phénomène touristique, ses retombées et son évolution. Il faut des données quasi-scientifiques pour que les débats contradictoires et les concertations puissent aboutir.

Q: quels sont les destinataires de ce LIVRE BLANC ?

D'abord la sphère politique : les candidats et élus du 18^e arrondissement et de Paris. Les Ministères concernés et les administrations des services publics parisiens et nationaux correspondants.

Les syndicats et fédérations d'acteurs économiques concernés.

Les associations de défense d'habitants parisiens.

Et évidemment la presse et les médias préoccupés par l'évolution du tourisme en France.