



Paris, ville phare de l'inclusion et de la diversité

**52 recommandations pour faire de Paris,
la capitale des droits LGBTIQ
et du tourisme « LGBTIQ-Friendly »
dans le monde**

Rapporteur : **Jean-Luc Romero-Michel**

Dans le cadre de la mission confiée par Madame Anne Hidalgo, Maire de Paris,
à Monsieur Jean-Luc Romero-Michel,
Conseiller régional d'Île-de-France et Adjoint à la Maire du 12^{ème} arrondissement,
et de la mise en œuvre du schéma de développement touristique de la Ville de Paris,
52 recommandations ont été formulées afin de valoriser
le tourisme, la culture et les nuits LGBTIQ de la capitale,
dans une optique d'attractivité, d'ouverture et d'inclusion.

13 juin 2017

Table des matières

Lettre de mission.....	5
Édito de Jean-Luc Romero-Michel	6
Le contexte du rapport	8
1. La lettre de mission et le schéma de développement touristique de la ville de Paris :.....	8
État des lieux.....	9
1. Paris est une ville emblématique.....	9
2. ...en perte de vitesse	9
3. Une identité LGBTIQ solide mais pas assez visible	9
4. Le tourisme, un outil efficace pour valoriser l'identité et la culture LGBTIQ parisienne et aussi pour favoriser l'inclusion.....	10
Poursuivre la lutte contre les discriminations	12
1. Une mission qui fait sens : la lutte contre les discriminations, un combat à poursuivre et amplifier	12
a. Investir la Journée mondiale de lutte contre la lesbophobie, l'homophobie, la biphobie et la transphobie.....	12
2. Pour le combat et la prévention de l'insécurité et du sentiment d'insécurité: identifier, former, informer.....	13
a. Mieux connaître les discriminations	13
b. Renforcer la formation et l'information dans les lieux d'écoutes et de sécurité	14
c. Diffuser les initiatives existantes de charte d'accueil	15
Les grands moments de visibilité LGBTIQ, des atouts à la fois touristiques et militants	16

1.	L'évènementiel, un enjeu touristique fort : le cas de la Marche des Fiertés ...	16
a.	Sanctuariser la date de la Marche.....	17
b.	Structurer et renforcer l'organisation de la Marche et de la Quinzaine des Fiertés.....	17
c.	Affirmer de manière visible le soutien de la Ville de Paris	19
2.	Développer la Quinzaine des Fiertés	20
a.	La programmation de la Quinzaine.....	20
b.	La dimension festive de la Quinzaine.....	22
c.	La gestion des flux de participant.e.s.....	23
3.	Faire connaître la Marche des Fiertés LGBTIQ de Paris.....	24
a.	Améliorer la communication.....	24
4.	Exploiter l'évènementiel international pour se faire connaître en tant qu'acteur majeur du secteur LGBTIQ.....	25
a.	Accueillir et participer à de grands événements LGBTIQ internationaux.....	26
b.	Intégrer des grands organismes internationaux existants.....	27
c.	Investir des événements médiatiques festifs et culturels existants.....	28
	Faire du développement du tourisme LGBTIQ une priorité	30
1.	Structurer et promouvoir l'offre LGBTIQ.....	31
a.	Structurer l'offre.....	31
b.	Promouvoir l'offre	33
c.	Garantir le suivi des actions et recommandations	36
2.	Faciliter l'expérience des usagers	36
a.	Les outils marketing pour valoriser l'offre	36
b.	L'accueil des usagers	37
c.	Développer les offres d'hébergement « alternatifs » et à petits prix	38
	La diversité culturelle et festive parisienne : une spécificité à valoriser.....	40
1.	Valoriser la diversité des initiatives moins visibles.....	41
a.	Redonner de la visibilité à toutes les initiatives.....	41
b.	Visibiliser la population transgenre et intersexe	43
2.	Intégrer et visibiliser des éléments de patrimoine de la culture LGBTIQ.....	44

a.	Réaffirmer l’héritage historique de la communauté LGBTIQ à Paris.....	44
b.	Réinvestir l’espace public.....	47
3.	Revaloriser l’identité LGBTIQ du Marais.....	48
a.	Inclure des éléments visibles d’identification.....	48
b.	Entretenir le Marais LGBTIQ à l’international.....	49
4.	Renforcer l’image festive de Paris.....	50
a.	Au niveau structurel de l’offre.....	50
b.	Les lieux.....	51
c.	Au niveau des infrastructures lourdes.....	52
Les 52 recommandations pour faire de Paris, la capitale des droits LGBTIQ et du tourisme « <i>LGBTIQ friendly</i> » dans le monde.....		54
Remerciements.....		60
Calendrier des grands événements récurrents et à venir.....		65
Les contributions des groupes politiques auditionnés.....		76
Groupe Communiste – Front de Gauche.....		76
Groupe UDI-MoDem.....		79
Radicaux de Gauche, Centre et Indépendants.....		81
Les contributions des personnes et associations auditionnées.....		84
PinkLab360.....		84
Bi’Cause.....		89
FSGL.....		92
Personn’ailes.....		93
Pascal Fonquernie.....		94
Christophe Vix-Gras.....		99
ANNEXES.....		102
Annexe 1 : Listing des personnes auditionnées et des réunions.....		102

Annexe 2 : Liste des participants à la table ronde organisée au Centre LGBT Paris, Ile-de-France	106
Annexe 3 : Liste des participants à la table ronde des organisateurs de soirées ..	108
Annexe 4 : La Fiche n°13 du Schéma de développement touristique de la Ville de Paris	109
Annexe 5 : Les questionnaires.....	111
Annexe 6 : Réponses aux questionnaires à destination des Marches et Pride Internationale.....	114
Annexe 7 : Communiqué de Presse de la FLAG - Paris, le 4 mars 2016.....	125
Annexe 8 : Demande de partenariats et présentation du projet Paris Black Pride 2017.....	126
Annexe 9 : Présentation « Shopping Night », Galeries Lafayette Berlin.....	132
Annexe 10 : Visuel de l’OTCP sur le thème “le Paris Festif” : “Les lieux LGBT où faire la fête à Paris »	134
Annexe 11 : La typographie « Type with Pride »	135

Lettre de mission

La Maire de Paris

Paris, le 24 OCT. 2016

Lettre de mission
à l'attention de
Jean-Luc ROMERO
Adjoint à la culture et au tourisme
auprès de la maire du 12^{ème} arrondissement

Cher Jean-Luc,

Lors de ma communication devant le Conseil de Paris de juillet 2016 sur la vie nocturne, j'ai souhaité vous confier une mission pour valoriser le tourisme lié à la culture LGBT dans la Capitale ainsi que la participation de cette culture à la vie nocturne et festive parisienne qui est une composante de l'identité et de l'attractivité de Paris et un symbole d'ouverture et de tolérance qu'il convient de valoriser auprès des habitants et des visiteurs.

Cette mission s'intègre dans le schéma de développement touristique que la Ville élabore actuellement, alors que la Ville de Paris vient d'adhérer au réseau « Rainbow cities network ».

Je souhaite que vous approfondissiez les initiatives en cours qui offrent une visibilité forte aux causes des personnes LGBT. Ainsi, en lien avec les acteurs associatifs culturels et économiques concernés, vous accompagnerez l'Inter-LGBT dans la dynamisation de la Marche des Fiertés et de la Quinzaine des Fiertés pour en faire un temps fort parisien. Dans ce cadre, vous pourrez interroger l'opportunité d'organiser un événement dans l'Hôtel de Ville ou sur son parvis pendant cette quinzaine. L'accueil à Paris des Gay Games à l'été 2018 doit vous permettre de proposer un plan d'action pluriannuel pour la Ville de Paris en matière de valorisation de la contribution des personnes LGBT à l'identité parisienne.

Vous me ferez enfin des propositions pour que les personnes lesbiennes, gays, bi et trans continuent d'être parties prenantes d'un monde de la nuit au sein duquel elles se sentent à la fois en liberté et en sécurité. Parce que les bars, clubs et événements LGBT contribuent pleinement à la vie de la nuit parisienne, qui constitue un enjeu politique majeur, je souhaite que ces lieux et initiatives soient accompagnés pour participer largement au dynamisme et à l'attractivité de notre Capitale. Vous vous appuyerez pour cela sur les travaux du Conseil de la Nuit, notamment le groupe de travail « Promotion de la vie nocturne ».

En lien avec mes adjoint.e.s Bruno JULLIARD, Hélène BIDARD, Jean François MARTINS et Frédéric HOCQUARD, ainsi qu'avec l'appui des services de la Direction de l'Attractivité et de l'Emploi et de la Direction de la Démocratie, des Citoyens et des Territoires de la Ville de Paris, je vous remercie de m'adresser vos propositions pour la fin du mois de mars 2017 afin que je puisse faire des annonces à ce sujet dans le courant du second trimestre de l'année 2017.

Bien à toi,

Anne Hidalgo
Anne HIDALGO

Édito de Jean-Luc Romero-Michel

Paris, capitale des Droits Humains, de la Tolérance, de l'Amour et des Libertés fait toujours rêver. Paris est aussi la capitale mondiale de la gastronomie, de l'architecture, de l'art, de la culture, de la mode, des Lumières... Ou encore la capitale des terrasses, des berges de Seine, des bohèmes, des cafés, des bistrots, du métro, des mélanges, de la diversité... Et bientôt Capitale LGBTIQ-Friendly ?

Si Paris est volontiers associée à ces grandes métropoles *friendly* que sont San Francisco, New York, Sydney, Montréal, Tel Aviv, Berlin ou encore Madrid, la capitale française jouit dans les faits d'une image un peu plus terne auprès des publics LGBTIQ. Les pouvoirs publics, l'Office du tourisme ou les grandes entreprises françaises affichent peu leur soutien aux manifestations LGBTIQ, alors que ce secteur touristique représenterait à lui seul 5 à 10% du tourisme international. Depuis le Mariage pour Tous, peu de réelles avancées ont été mises en œuvre, et le climat de tension actuel laisse penser en France et à l'étranger qu'un recul des droits et des libertés serait possible. Que faire alors pour remettre les couleurs de l'arc-en-ciel dans la *Ville-Lumière* ?

La Maire de Paris, Anne Hidalgo, m'a confié une mission sur la revalorisation de l'identité LGBTIQ de Paris. Cette mission recèle des enjeux multiples et souvent liés, qu'ils soient économiques, sociaux ou politiques.

Des enjeux économiques d'abord, car dans le contexte actuel, il faut être conscient des difficultés que rencontrent notre pays et notre capitale, et de l'opportunité que représente le secteur touristique en matière de dynamisme, de création d'emplois et d'attractivité. Paris possède d'ores et déjà tous les atouts pour se démarquer de ses concurrentes directes, qu'il s'agisse d'infrastructures ou surtout d'imaginaire touristique. Et tout comme Paris sans les Parisiens et les Parisiennes ne serait plus Paris, Paris sans ses millions de touristes ne serait plus Paris.

Des enjeux sociaux ensuite, car la question LGBTIQ n'est pas neutre, et lorsqu'on évoque le tourisme LGBTIQ, il s'agit surtout de parler d'inclusion, d'égalité et d'acceptation de l'autre dans ses différences... Améliorer l'accueil des touristes LGBTIQ passe d'abord par l'amélioration des conditions de vie de tous les Parisiens et les Parisiennes. Paris est une ville bienveillante et accueillante, où chacun doit se sentir en sécurité et libre d'être ce qu'il est,

tel qu'il est, sans distinction ni discriminations. Il était important pour moi que cette mission soit le tremplin vers plus d'ouverture et de justice.

Une forte dimension politique enfin, car la question des droits LGBTIQ n'est pas encore une évidence partout à travers le monde. Paris, en affirmant haut et fort ses valeurs d'ouverture, de tolérance et d'inclusion doit prendre sa part au combat qui reste à mener contre les discriminations LGBTIQ-phobes. Je souhaite que nous puissions, grâce à toutes les contributions reçues et à l'engagement sans faille d'Anne Hidalgo et de son Exécutif, envoyer un message fort d'accueil et de soutien pour contribuer à l'avancée des droits des LGBTIQ, à travers le monde.

Avec Inès et Gilles, qui ont beaucoup travaillé à mes côtés, nous avons voulu donner du sens à cette mission et participer à faire de Paris, au-delà d'une simple destination touristique, une destination authentique, car, pour nous, le tourisme et l'accès à la culture sont des moteurs d'inclusion et d'ouverture.

Alors, n'ayons plus peur de mettre Paris aux couleurs de l'arc-en-ciel !

Le contexte du rapport

1. La lettre de mission et le schéma de développement touristique de la ville de Paris :

Par lettre de mission du 24 octobre 2016, la Maire de Paris a confié à Jean-Luc Romero-Michel, adjoint à la Maire du 12^{ème} arrondissement en charge de la culture et du tourisme et Conseiller régional d’Ile-de-France, une mission pour valoriser l’identité LGBTIQ de Paris.

Cette mission a pour vocation d’identifier les leviers d’actions et les interlocuteurs pertinents pour renforcer Paris dans sa position de capitale mondiale de l’inclusion. Cela passe par le renforcement du tourisme lié à la culture LGBTIQ dans Paris, le développement du paysage culturel et festif et la poursuite de la lutte contre les discriminations sur le territoire parisien. Le rapport issu de cette mission doit permettre de pointer les actions à mettre en œuvre afin de mieux structurer et promouvoir cette offre identifiée comme prioritaire, notamment dans le schéma de développement touristique de la Ville de Paris élaboré pour la période 2016-2022 ([cf. annexe 4](#)).

Plus de 70 auditions¹ et plusieurs réunions ont été organisées avec les différents acteurs afin de connaître leurs points de vue respectifs, de cibler au mieux les attentes de l’ensemble des personnes concernées et de répondre de la manière la plus exhaustive possible à la demande.

Dans la perspective des Gay Games qui se dérouleront à Paris du 1^{er} au 12 août 2018, la Ville de Paris souhaite en outre se positionner pour renforcer une image positive et d’ouverture durant ce grand moment de visibilité internationale.

¹ Cf. listing des personnes auditionnées ([annexe 1](#))

État des lieux

1. Paris est une ville emblématique...

Depuis les années 1980 et l'essor du Marais comme quartier LGBTIQ de la Capitale, Paris a réussi à trouver sa place comme l'une des villes emblématiques de la culture LGBTIQ aux côtés de Londres, Berlin, Madrid, San Francisco, New-York, Montréal ou encore Sydney et plus récemment Tel Aviv.

Paris, la ville des Droits humains, porte en elle les valeurs de Liberté et de Tolérance qui continuent à résonner dans l'imaginaire collectif.

2. ...en perte de vitesse

Pourtant, si Paris s'est hissée parmi les capitales LGBTIQ internationales, ces dernières années elle apparaît beaucoup moins active et visible s'agissant de l'offre LGBTIQ.

En effet, la Marche des Fiertés LGBTIQ s'est fait distancer en matière d'attractivité internationale par d'autres Marches, comme celles de Tel Aviv ou de Madrid ; l'enthousiasme identitaire du Marais semble s'être atténué et le quartier a perdu en partie son rôle de lieu de rencontre et de militantisme, dans un contexte d'intégration et de changement de pratiques des personnes LGBTIQ qui se rencontrent dans toutes les autres grandes métropoles. Si depuis quelques années Paris est redevenue un carrefour des musiques électroniques, les nuits parisiennes LGBTIQ n'ont pas encore la réputation des nuits londoniennes ou berlinoises, et les soirées de plus en plus itinérantes et éphémères sont difficiles à identifier alors qu'elles sont pourtant nombreuses et variées...

Dans ce contexte, la dilution des pratiques et des lieux paraît caractériser les nouvelles pratiques des habitant-e-s mais aussi des touristes. Il semble de plus en plus difficile de cerner les pratiques des personnes LGBTIQ, qui ne sont plus centrées sur le Marais – quartier qui se transforme avec ses boutiques de luxe qui remplacent les coffee shop gay – et de plus en plus demandeuses d'une offre moins spécialisée ou stéréotypée.

3. Une identité LGBTIQ solide mais pas assez visible

En parallèle, l'identité LGBTIQ à Paris reste portée par un tissu associatif diversifié et extrêmement dense que la collectivité parisienne valorise et accompagne. Cette variété associative est un point très fort de Paris qui permet la multiplication des initiatives

culturelles, sportives et militantes et participe à renforcer le rôle de Paris comme ville phare des Droits Humains.

Cette richesse reste malheureusement encore peu visible car la multiplicité d'initiatives ponctuelles et individuelles rend difficile la lisibilité de l'offre et beaucoup d'entre elles restent dans l'ombre.

4. Le tourisme, un outil efficace pour valoriser l'identité et la culture LGBTIQ parisienne et aussi pour favoriser l'inclusion

Pour réussir à valoriser cette diversité culturelle, festive et militante insuffisamment visible, le tourisme a été identifié comme un outil efficace. Plusieurs métropoles internationales se sont déjà positionnées dans ce secteur de niche qui offre des opportunités de développement. Mais les bénéfices de telles politiques ne sont pas seulement d'ordre économique.

En effet, accentuer les politiques d'attractivité du secteur LGBTIQ, peut être envisagé comme un point d'entrée pour traiter de politiques plus profondes, notamment en matière de lutte contre les discriminations, d'accessibilité et de sécurité, qui profiteront à tous les habitants.

Par ailleurs, dans le contexte post-attentats terroristes encore récent, la valorisation du tourisme LGBTIQ à l'international peut être un moyen de redonner une image bienveillante et accueillante et sûre de la capitale française.

Ainsi, comme le mentionnent l'IGLTA et l'OMT², les touristes LGBT font partie des clientèles les plus précurseurs et les plus résilientes après une crise. Les touristes LGBT ont ainsi tendance à revenir plus rapidement que les autres touristes après des attentats. D'un point de vue « marketing » il est donc intéressant de cibler cette clientèle pour aider la destination à rebondir après une crise.

C'est d'ailleurs l'une des communautés ciblées dans le cadre du plan de relance du tourisme.

Dès lors, comment les actions politiques et touristiques peuvent-elles agir pour promouvoir ces nouvelles tendances et permettre de mieux adapter l'offre aux attentes et besoins ?

Comment mieux cerner les différents individus et leurs pratiques pour mieux adapter l'accompagnement de la Ville ?

² "Second Global Report on LGBT Tourism – Affiliate Members Report : Volume Fifteen", UNWTO et IGLTA, 2017. Rapport téléchargeable en ligne : <https://www.iglta.org/unwto-report/>

Et comment redonner de la visibilité à une offre riche et variée, mais encore trop peu exploitée ?

Poursuivre la lutte contre les discriminations

1. Une mission qui fait sens : la lutte contre les discriminations, un combat à poursuivre et amplifier ...

Au niveau institutionnel, la France et Paris se sont largement engagées dans la lutte contre les discriminations. À l'échelle de la France d'abord, en ajoutant un « H » pour « Haine anti-LGBT », la DILCRAH³ a envoyé un message fort, affirmant l'implication de l'action publique nationale contre les discriminations LGBTIQ. En signant en 2015 la Charte d'Engagement LGBT de l'Autre-Cercle, la Ville de Paris a quant à elle confirmé sa volonté de combattre, au sein de ses institutions, les discriminations et l'homophobie. Enfin, en rejoignant le réseau Rainbow Cities Network, Paris s'est aussi engagée à l'échelle internationale sur les questions LGBTIQ. Ces actions fortes montrent la volonté de Paris de lutter contre les LGBTIQphobies. Cependant, si les institutions se sont largement saisies de ces questions, un travail de pédagogie et de sensibilisation doit être poursuivi auprès du grand public.

a. Investir la Journée mondiale de lutte contre la lesbophobie, l'homophobie, la biphobie et la transphobie

Afin de renforcer les engagements de la Ville pour lutter contre les discriminations, mais aussi d'élargir la portée de ces actions au grand public, un événement fort doit pouvoir être proposé autour de la date symbolique du 17 mai.

En effet, la Journée mondiale contre la lesbophobie, l'homophobie, la biphobie et la transphobie est encore insuffisamment investie en France, notamment au niveau institutionnel, alors qu'elle est un temps fort au niveau international, pour rappeler les combats qui doivent encore être menés dans de nombreux pays à travers le monde.

→ **Recommandation 1 : Organiser à Paris un événement annuel pour distinguer les personnalités LGBTIQ qui se battent notamment à l'international pour l'avancée des droits LGBTIQ.**

³ Délégation Interministérielle à la Lutte Contre le Racisme, l'Antisémitisme et la Haine anti-LGBT (DILCRAH)

Ainsi, au cours de l'élaboration de ce rapport, plusieurs acteurs auditionnés, se sont montrés favorables à la possibilité d'organiser un événement à très forte valeur symbolique le 17 mai.

Cet événement prendrait la forme d'une cérémonie au cours de laquelle serait remise une distinction à des militant-e-s de la cause LGBTIQ, des associations, des personnalités ou des élus ayant œuvré pour la protection des LGBTIQ notamment dans des pays où l'homosexualité est encore pénalisée. Elle serait organisée annuellement à l'Hôtel de Ville.

Pour ce faire, il s'agirait de définir :

- Un jury (constitué de personnalités emblématiques du militantisme et de la culture LGBTIQ en particulier à l'international)
- Une distinction (Prix, Citoyen d'Honneur, Médaille de la Ville, autre ?)
- Des catégories de remise de prix (Gay, Lesbienne, Bi, Trans, Intersexe, par continent, autre ?)

L'organisation d'un tel événement serait à la fois un message politiquement fort de soutien, d'accueil et de protection des personnes LGBTIQ ; mais aussi un moment de forte visibilité de solidarité internationale.

2. Pour le combat et la prévention de l'insécurité et du sentiment d'insécurité: identifier, former, informer

a. Mieux connaître les discriminations

Le rapport publié chaque année par SOS Homophobie⁴ permet de se rendre compte des efforts qu'il reste à mener en termes de lutte contre les discriminations et les violences LGBTIQ-phobes. On recense par exemple en moyenne, seulement 70 condamnations par an sur ces sujets pour 1500 faits recensés. Tout en sachant que les personnes très vulnérables (notamment les personnes transgenres), ne peuvent pas dénoncer certains faits⁵. Notons aussi que la séropositivité peut être un facteur de double discrimination pour les homosexuel.le.s concerné.e.s. En France, sur les 5 925 nouveaux cas de VIH recensés en 2015, encore 43% étaient des hommes homosexuels (et 16% des hommes hétérosexuels)⁶. À

⁴ Site inter SOS Homophobie : <https://www.sos-homophobie.org/>

⁵ Chiffres issus du rapport annuel publié par le FLAG, cf. [annexe 7](#) (4 mai 2016)

⁶ « Pourquoi le VIH ne baisse pas parmi les gays ? », *Têtu*, 29/11/2016, article disponible en ligne : <https://tetu.com/2016/11/29/vih-ne-baisse-chez-gays/>

ce propos, le 21^e rapport publié par SOS Homophobie le 10 mai 2017 est édifiant : en 2016, les témoignages de LGBTphobie ont connu une augmentation de 19,5%, en particulier sur internet, où l’anonymat favorise la liberté de parole...⁷

La question de la lutte contre les discriminations et de la sécurité est donc primordiale, car pour bien accueillir les touristes LGBTIQ, les Parisiens et Parisiennes LGBTIQ doivent d’abord se sentir bien.

Pour assurer la sécurité des personnes LGBTIQ, il est donc important d’identifier et de connaître au mieux les types de discriminations, mais aussi les situations où elles surviennent, les lieux et les individus les plus vulnérables. Ce travail est déjà très bien mené par SOS Homophobie grâce à son rapport. La Ville vient aussi de mettre en place un Réseau Parisien de Repérage des discriminations (RéPaRe⁸). Il convient de s’appuyer sur ces ressources pour communiquer auprès de ses partenaires.

→ **Recommandation 2 : Diffuser auprès des partenaires de la Ville de Paris le guide annuel publié par SOS Homophobie.**

b. Renforcer la formation et l’information dans les lieux d’écoutes et de sécurité

Éviter les actes de discriminations est un prérequis évident pour que les touristes LGBTIQ se sentent en sécurité à Paris et dans le Grand Paris. Les touristes, tout comme les Parisiens et Parisiennes, devront pouvoir profiter d’une protection et d’un savoir afin d’être orienté.e.s et accueilli.e.s en cas d’incidents. Ainsi, prendre en compte la question de la sécurité est primordiale et doit faire partie de la structuration de l’offre sur le long terme. Il s’agit à la fois **de conforter l’identité LGBTIQ et de mener des politiques ciblées afin de protéger au mieux les personnes LGBTIQ.**

Lors de nombreuses auditions, comme celle de FLAG !⁹ et du Groupe Communiste-Front de Gauche, la question du traitement des victimes d’agressions LGBTIQphobes a été soulevée. Il est apparu que souvent, l’accueil, l’identification mais aussi l’orientation des victimes connaissent certaines faiblesses. Un travail semble donc nécessaire avec la Préfecture de Police et les associations concernées pour renforcer la formation des agents pouvant être confrontés à des problématiques LGBTIQphobe et les structures d’accueil, de la même façon

⁷ « L’homophobie à fiel ouvert », *Libération*, 10/05/2017 : http://www.liberation.fr/france/2017/05/10/l-homophobie-a-fiel-ouvert_1568677

⁸ Page « discrimination » du site de la Ville de Paris : <http://www.paris.fr/discriminations>

⁹ Association des policiers et gendarmes LGBTIQ

que cela a pu être fait dans le domaine des violences faites aux femmes, pour lesquelles un référent par commissariat a été désigné et formé. La présence d'intervenant.e.s sociaux dans la commissariat pourrait également être généralisée.

→ **Recommandation 3 : Soutenir la création d'une cellule d'accueil spécialisée pour les victimes de violences et de discriminations LGBTIQphobes, en lien avec la Préfecture.**

Il s'agit également d'améliorer la diffusion d'informations en organisant par exemple des campagnes d'affichages dans les commissariats et dans les lieux publics afin d'inciter les victimes à porter plainte ou à signaler systématiquement les agressions. À ce titre, le réseau parisien d'accueil et d'encouragement à la reconnaissance des discriminations, REPARE, pourrait être mis à contribution.

→ **Recommandation 4 : Soutenir des campagnes de communication dans les commissariats et dans les lieux de sorties LGBTIQ, en collaboration avec FLAG !, afin d'inciter les personnes victimes de discriminations et de violences LGBTIQphobes à faire valoir leurs droits, en diffusant la carte postale avec la liste des permanences juridiques du Réseau Parisien de Repérage des Discriminations (RéPaRe)**

c. Diffuser les initiatives existantes de charte d'accueil

Enfin, parce que les discriminations peuvent être vécues dans tous les milieux, les efforts doivent se poursuivre en matière d'engagement et de formation dans l'ensemble des institutions publiques et privées.

Des initiatives portées par des associations comme la Charte d'Engagement LGBT de l'Autre Cercle ou encore la charte d'accueil des personnes transgenres en milieu sportif rédigée par la Fédération Sportive Gaie et Lesbienne (la FSGL) et Acceptess-T¹⁰, doivent continuer à être diffusées dans tous les milieux professionnels, auprès des SEM et de tous les partenaires de la Ville de Paris, afin de garantir la sécurité et l'inclusion égalitaire des personnes LGBTIQ. Par ailleurs, en signant la Charte d'accueil des personnes transgenres dans le sport, Paris serait la première ville au monde à porter une telle initiative (cf. contribution FSGL).

→ **Recommandation 5 : Inciter tous les partenaires de la Ville de Paris à s'inscrire dans des initiatives comme la Charte de l'Autre Cercle ou la charte d'accueil des personnes transgenres en milieu sportif rédigée par la FSGL et Acceptess-T.**

¹⁰ Acceptess-Transgenre est une association d'auto-support des personnes trans migrantes et précaire en France.

Les grands moments de visibilité LGBTIQ, des atouts à la fois touristiques et militants

1. L'évènementiel, un enjeu touristique fort : le cas de la Marche des Fiertés

Les nouvelles tendances de consommation touristique, comme le « *city break* »¹¹, valorisent « l'événement » comme déclencheur de ce type de voyage¹². Il s'agit de créer une « stratégie d'urgence » qui motive le choix du voyageur de se rendre dans telle destination urbaine plutôt qu'une autre.

Ainsi, selon le rapport annuel sur le tourisme LGBTIQ publié par l'agence américaine *Community Marketing Inc.*¹³, **plus de 30% des lesbiennes et Gays interrogés organisent leurs voyages autour d'un événement LGBTIQ** ; 50% des gays et bisexuels hommes préfèrent les destinations urbaines LGBTIQ-Friendly et offrant une vie nocturne dynamique ; tandis que plus de 50% des femmes lesbiennes et bisexuelles privilégient les activités culturelles, historiques et gastronomiques, activités qui sont souvent regroupées dans les destinations urbaines.

L'événement phare qui fait rayonner les grandes métropoles LGBTIQ internationales, reste sans aucun doute les Marches des Fiertés LGBTIQ ou Gay Prides, organisées traditionnellement une fois par an, en célébration des révoltes de Stonewall qui ont eu lieu en juin 1969 à New York, et considérées aujourd'hui comme le symbole du militantisme LGBTIQ.

Or, **la Marche des Fiertés parisienne, malgré ses 500 000 visiteurs chaque année, a du mal à exister** face à celles de Madrid, Berlin, Londres, Montréal, Tel Aviv ou Amsterdam. Comment expliquer ce **décalage entre l'attractivité touristique de Paris en général, et la**

¹¹ Pratique touristique urbaine qui consiste à organiser des voyages de courte durée dans des destinations urbaines. Cette pratique est particulièrement développée entre métropoles européennes de moyennes et grandes importances. Source : C. Origet du Cluzeau, P. Viceriat, 2009, *Le tourisme des années 2020, des clés pour agir*, La Documentation Française, Conseil national du Tourisme

¹² cf. en fin de rapport « calendrier des événements LGBTIQ récurrents et à venir »

¹³ Community Marketing & Insights, rapports disponibles en ligne : <http://communitymarketinginc.com/>

encore trop faible résonance de cet événement à l'international malgré une mobilisation très forte de ses organisateurs?¹⁴

Au cours des différentes auditions, plusieurs facteurs explicatifs ont été évoqués et y apporter des solutions adaptées pourrait permettre de faire de la Marche des Fiertés de Paris un événement incontournable de l'agenda événementiel LGBTIQ international. Ces actions induisent **un investissement fort et affiché des pouvoirs publics** en partenariat avec **les structures associatives** qui sont les moteurs de cette Marche ; mais aussi **les acteurs privés** qui peuvent apporter un soutien fort au niveau économique et de la communication. Il s'agit donc de fédérer toutes les énergies, au niveau national et local, pour réussir cet événement majeur, militant et festif.

a. Sanctuariser la date de la Marche

Le premier constat qui a été fait concerne la date de la Marche. A Paris, elle est traditionnellement fixée au dernier samedi du mois de juin, en hommage aux événements de Stonewall mais aussi pour des raisons plus pragmatiques : cette date parisienne s'inscrit, à la fois dans le calendrier national des Marches (afin qu'elle n'entre pas en concurrence avec les autres villes françaises où sont organisées des Marches à la même période) et dans le calendrier international (en effet, de nombreux touristes mais aussi associations organisent des « tours » de plusieurs grandes Marches internationales à la manière des festivals).

Par ailleurs, inscrire la date de manière définitive dans le calendrier parisien, faciliterait l'organisation annuelle de la Marche par les associations, notamment l'Inter-LGBT.

→ **Recommandation 6 : Sanctuariser la date de la Marche des Fiertés au dernier samedi du mois de juin.**

b. Structurer et renforcer l'organisation de la Marche et de la Quinzaine des Fiertés.

Lors de la rédaction du rapport, une étude comparative avec d'autres grandes Marches et Prides a été menée afin de comprendre le déficit de la quinzaine de la Marche parisienne. Les Marches de Montréal, la Fierté Montréal, ainsi que celle d'Amsterdam ont répondu à un questionnaire qui leur a été envoyé au sujet de l'organisation de leur Marche (cf. [annexes 5](#)

¹⁴ Voir en annexes 5 et 6 les réponses des organisateurs de Prides et de Marches étrangères concernant l'image de la Marche des Fiertés parisienne

et 6). Des différences ont été soulevées quant aux modes d'organisations des prestataires des Marches, mais aussi de l'engagement des institutions publiques et des personnalités politiques.

En effet, contrairement aux autres Marches, la Marche des Fiertés LGBTIQ et sa Quinzaine sont entièrement portées par une structure associative, à savoir l'Inter-LGBT. Une telle gestion appelle la mobilisation de nombreux bénévoles mais ne permet donc pas d'avoir des membres permanents. Or, dans les autres Marches, l'organisation est la plupart du temps structurée par une société qui mêle salariés permanents à l'année et bénévoles ponctuels.

Ces salariés sont chargés :

- De coordonner les actions grâce à un comité de pilotage regroupant tous les acteurs (dans le cas de Paris : la Ville voire la Région, la Préfecture de Police, l'Office de Tourisme, l'Inter-LGBT, le Centre LGBT, le ENIPSE, des grandes entreprises, etc..),
- De suivre la mise en œuvre et l'organisation de la Marche mais aussi d'autres grands événements durant l'année,
- De rechercher des partenariats privés pour financer ces événements.

A Paris, une association sur le modèle de Paris Sans Sida pourrait être créée, regroupant tous les acteurs, afin de mettre en œuvre toutes les actions citées.

→ **Recommandation 7 : Coordonner l'action de tous les partenaires en créant une association type *Paris sans sida* qui les rassemble autour de la Ville de Paris, l'Inter-LGBT, le Centre LGBT, l'Office de Tourisme, la Préfecture de Police, le ENIPSE et des grandes entreprises, sous forme d'une structure associative.**

Par ailleurs, le tissu associatif manque parfois d'outils mais aussi de financement public. Afin d'atteindre les objectifs à terme, de renforcement de l'organisation de la Marche et de son développement, la Ville de Paris doit pouvoir mieux accompagner les associations, notamment au niveau économique ne serait-ce que pour être à la hauteur de telles exigences. En effet, en 2016, la subvention accordée à la Marche des Fiertés était de 10 000€ sur un total de 100 000€ budgété par l'Inter-LGBT. Des chiffres encore peu élevés, qui ne correspondent pas aux ambitions qui doivent être celles de la Marche des Fiertés parisienne, compte tenu de la forte concurrence de ses homologues internationales. Cependant, des objectifs cibles doivent être fixés afin d'assurer le développement efficace de la Marche.

→ **Recommandation 8 : Renforcer le soutien budgétaire de la Ville de Paris à la Marche des Fiertés LGBTIQ, de manière progressive.**

De plus, étant donné le statut particulier de la capitale française à l'échelle du pays, l'attractivité et le rayonnement de la Marche des Fiertés et de la Quinzaine des Fiertés parisiennes ne peuvent seulement être pensés au seul niveau parisien. En effet, ce sont des visiteurs de toute la France mais aussi de toute l'Europe qui sont attendus lors de ces manifestations.

D'autre part, dans le contexte du Grand Paris, et du développement de la Ville à l'échelle métropolitaine, il n'est plus cohérent de penser les répercussions de tels événements à l'échelle locale. Ainsi, la Région, qui subventionne déjà la Marche, mais aussi l'État doivent s'impliquer bien plus fortement.

→ **Recommandation 9 : Accompagner l'Inter-LGBT pour solliciter des financements de l'État ou davantage de financement de la Région compte tenu de la dimension nationale et régionale de l'événement.**

c. Affirmer de manière visible le soutien de la Ville de Paris

Dans les questionnaires, mais aussi lors des auditions, il a souvent été question de l'image que renvoient Paris et sa Marche des Fiertés LGBTIQ. Le manque de visibilité dans l'espace public est à ce titre perçu comme un manque d'engagement de la part de la Ville de Paris.

Pourtant, de nombreuses mairies d'arrondissement accueillent des événements associatifs et culturels lors de la Marche des Fiertés, notamment les mairies des 3^e et 4^e arrondissements, mais aussi du 10^e ou encore du 11^e et du 12^e. Ces initiatives sont prises de manière individuelle selon les volontés de chaque mairie.

Malgré la participation chaque année de la Maire, Anne Hidalgo, à la Marche des Fiertés, un engagement plus fort, plus visible et symbolique est réclamé par les organisateurs, les participant.e.s et les « spectateurs » internationaux.

→ **Recommandation 10 : Mettre à disposition les salons de l'Hôtel de Ville pour l'organisation du lancement de la Marche.**

Afin de montrer l'engagement entier de l'ensemble de la Ville et de ses habitant.e.s, d'autres mesures de visibilité peuvent être prises pendant la Marche et la Quinzaine des Fiertés

LGBTIQ. En effet, comme pour les événements, l'initiative de mettre le *Rainbow Flag*¹⁵ sur une mairie d'arrondissement ou un établissement privé est totalement individuelle. De ce fait, de nombreux endroits de la capitale « échappent » à la Marche...

Cependant la Quinzaine et la Marche, doivent être immanquables, que ce soit pour les habitants, ou les touristes de passage à Paris qui ne seraient pas informés de la tenue de ces événements.

→ **Recommandation 11 : Installer les couleurs du *Rainbow Flag* sur les bâtiments emblématiques : Tour Eiffel, toutes les mairies d'arrondissement et autres bâtiments publics, passages piétons, bancs, itinéraire de la Marche...**

→ **Recommandation 12 : Solliciter les opérateurs de transports pour pavoiser leurs infrastructures aux couleurs du *Rainbow Flag* (stations de métro, bus, abris-bus, gares, aéroports.)**

Les institutions ou les associations qui adhèrent aux valeurs d'inclusion de la Marche des Fiertés de Paris sont présentes lors du défilé à travers un char. Pour exprimer sensiblement la fierté de la Ville de Paris d'accueillir chaque année cet événement d'ampleur et le soutien officiel apporté à celui-ci, la présence d'un char de la Ville de Paris devrait être envisagée.

→ **Recommandation 13 : Financer un char de la Ville de Paris durant la Marche des Fiertés LGBTIQ.**

2. Développer la Quinzaine des Fiertés

a. La programmation de la Quinzaine

Depuis 2016, la Marche des Fiertés est devenue une Quinzaine, calquée sur le modèle des autres Marches internationales qui proposent des programmations culturelles, festives, sportives, militantes, sur plusieurs jours en général entre une semaine et deux semaines. À titre d'exemple, celle d'Amsterdam se tient sur 9 jours, celle de Montréal sur 11 jours.

Ainsi, proposer de modifier le format de la traditionnelle Marche, comme l'a fait l'Inter LGBT, est un premier pas très favorable pour son développement.

¹⁵ *Rainbow Flag* ou drapeau arc-en-ciel, utilisé comme emblème du mouvement LGBTIQ. Œuvre de l'artiste et militant Gilbert Baker, adoptée pour la première fois à la Gay and Lesbian Freedom Day Parade de San Francisco, le 25 juin 1978.

Cependant, afin de toucher un maximum de personnes, la programmation doit pouvoir répondre à tous les goûts et aspirations. Pour cela tous les acteurs associatifs et professionnels doivent être associés. Comme il a été observé dans d'autres Marches internationales, en plus des programmations traditionnelles concernant les revendications mais aussi les thématiques de la prévention, il pourrait, entre autres, y être proposé :

- Un festival du livre LGBTIQ qui pourrait se tenir dans différentes mairies d'arrondissement selon les thématiques (gay, lesbiennes, bi, trans, intersexes, BD...),
- Une exposition photos comme celle de Pierre & Gilles à Bruxelles,
- Des compétitions sportives comme le Tournoi International de Paris (FSSL),
- Une programmation de festivals du film LGBTIQ déjà existants comme Chéries, Chéris ou Cineffable,
- Des débats et conférences sur des sujets variés, par exemple en partenariat avec les universités parisiennes,
- Des programmations spécifiques d'autres festivals ou événements (comme la Paris Black Pride),
- Des programmations artistiques relatives à des sujets particuliers comme le thème de la transidentité, en partenariat avec le Centre LGBT Paris, Ile de France et les associations transgenres et transidentités,
- Différentes marches organisées tout au long de la Quinzaine pour exprimer les revendications de chacune des populations LGBTIQ, en plus de la grande Marche des Fiertés LGBTIQ de clôture (Marche de la bisexualité, Marche Existrans, Marche de Nuit...),
- Des activités ludiques pour sensibiliser les enfants et participant.e.s de tout âge.

→ **Recommandation 14 : Développer la Quinzaine des Fiertés en soutenant une programmation riche, diverse et accessible.**

De même, afin de donner une dimension internationale à l'événement et promouvoir les marques françaises, les grands acteurs privés pourraient participer à la programmation. Ainsi, à Berlin, chaque année lors de la Marche est organisée une « *shopping night* » (cf. [annexe 10](#)) dans les Galeries Lafayette mêlant activités commerciales et festives.

De même, lors de l'audition du groupe Accor, la possibilité d'un partenariat similaire a été évoquée pour les Marches futures. Air France a refusé d'être auditionnée estimant que le public LGBTIQ ne faisait pas partie de ses cibles... (cf. [contribution Personnalités](#))

→ **Recommandation 15 : Inciter les grands acteurs privés à s'associer à la programmation liée à la Marche des Fiertés LGBTIQ.**

Pour que cette programmation soit animée sur l'ensemble de la Quinzaine et plus encore le jour de la Marche des Fiertés, un village associatif pourrait être mis en place comme cela existe dans d'autres Marches internationales mais aussi dans d'autres villes de France. Pendant toute la durée des festivités, les associations pourraient ainsi communiquer sur leurs actions, mais aussi diffuser de l'information afin de sensibiliser le public qu'il soit ciblé ou de passage, et mettre en place des stands de prévention (infos sur les LGBTIQ phobies, dépistage rapide VIH/sida, information sur les drogues,...). De plus, des animations et des concerts ouverts à tous pourraient y être organisés. À terme, ce village associatif pourrait également accueillir des associations et d'autres organisateurs de Marches internationales. Ainsi, lors de son audition, la Fierté Montréal, par la voix de son président, a évoqué sa volonté de créer, autour de la francophonie, un réseau de partenariats forts avec la France et d'autres pays volontaires.

Ce village associatif pourrait être installé sur le Parvis de l'Hôtel de Ville : cette situation serait à la fois symbolique mais aussi pratique. En effet, l'Hôtel de Ville se trouvant à proximité du quartier du Marais, la circulation entre les deux endroits durant cette période, permettrait de réguler l'affluence dans le Marais, le soir de la Marche, en permettant une circulation des flux entre les deux endroits.

→ **Recommandation 16 : Proposer aux associations d'animer un village associatif sur le parvis de l'Hôtel de Ville pendant la Quinzaine des Fiertés LGBTIQ.**

b. La dimension festive de la Quinzaine

Ces dernières années, des efforts considérables ont été faits sur le podium de fin de la Marche des Fiertés LGBTIQ, notamment sur la programmation musicale. Cependant, il a été constaté, en comparaison avec d'autres marches internationales mais aussi d'autres villes françaises, que la Marche parisienne était dépourvue d'une soirée officielle de clôture.

Même si la Marche des Fiertés est principalement une Marche militante et revendicative, la dimension festive reste importante pour de nombreux participant.e.s. En effet, à la fin de la Marche, hormis le concert de fin de marche, rien n'est officiellement prévu pour la suite des festivités et par choix ou par défaut, les participant.e.s se dirigent massivement dans le

Marais ou dans diverses soirées de petites ou moyennes ampleurs, organisées de manière ponctuelles et indépendantes par certains organisateurs ou établissements de nuit.

Or, les grandes soirées de fin de Marche (plusieurs milliers de personnes), qu'elles soient uniques ou multiples donnent une dimension festive à l'événement et participent également à son rayonnement.

Ainsi, une programmation festive et nocturne riche peut également être un élément déclencheur pour certains types de visiteurs qui profiteront d'une grande soirée avec des DJ de renom pour organiser un séjour ou un weekend comme c'est le cas régulièrement à Bruxelles avec les soirées La Démence, qui génèrent plus de 30 000 nuitées à l'année ou encore à Tel Aviv.

→ **Recommandation 17 : Promouvoir une/des soirée(s) de clôture officielle(s) qui serai(en)t organisée(s) à l'issue de la Marche des Fiertés LGBTIQ.**

c. La gestion des flux de participant.e.s

La gestion des flux de personnes et de l'affluence, doit faire l'objet d'une attention particulière, notamment au moment de la fin de la Marche. Cela permettra d'améliorer sensiblement l'expérience des visiteurs tout en garantissant la sécurité des biens et des personnes et la quiétude des habitant.e.s.

En effet, en l'absence de soirée officielle, les participant.e.s se dirigent naturellement dans le Marais, dès le concert de clôture terminé. Cette forte affluence et la stagnation d'une grande foule dans les rues étroites du Marais, (rue des Archives, rue Sainte Croix de la Bretonnerie, Beaubourg, rue Saint Martin), posent des problèmes de nuisances et de sécurité pour les établissements et pour les riverains. Ces problèmes ont été notamment évoqués par le ENIPSE et les participant.e.s qui regrettent ne pas pouvoir profiter pleinement des festivités, faute de place. D'autre part, les associations de riverains, comme nous l'a signalé le président de *Vivre le Marais*, signalent des problèmes sanitaires récurrents, dus notamment aux manques de toilettes publiques accessibles.

Un autre lieu dans le 11^e arrondissement, situé au niveau de la rue du Général Renault concentre les mêmes problématiques car il accueille plusieurs établissements LGBTIQ ou friendly. Le soir de la Marche, ce passage est envahi par la foule. Comme dans le Marais, des installations de DJ mais aussi de stands de boissons et de restauration rapide s'installent dans la rue, rendant très difficile voire impossible la circulation.

Afin d'assurer un déroulement de ces festivités extérieures en toute sécurité, la piétonisation d'au moins ces deux quartiers semble indispensable.

→ **Recommandation 18 : Solliciter auprès de la Préfecture de Police, la pérennisation de la piétonisation de l'ensemble du Marais et la rue du Général Renault le soir de la Marche des Fiertés LGBTIQ.**

3. Faire connaître la Marche des Fiertés LGBTIQ de Paris

a. Améliorer la communication

Si le développement de la Marche passe notamment par l'enrichissement de sa programmation et par de nouveaux moyens financiers, il faut également prendre en compte la communication qui la promeut. En effet, des efforts de communication, notamment de la part de la Ville de Paris et de l'OTCP ont été réclamés à plusieurs reprises par les personnes auditionnées.

Par ailleurs, contrairement à d'autres Marches internationales, la Marche des Fiertés LGBTIQ parisienne n'a pas les moyens humains suffisants pour communiquer massivement sur certains supports numériques pourtant largement utilisés par l'ensemble des populations, comme Youtube, Instagram, Twitter, Facebook, Snapchat ... L'utilisation efficace de ces supports présente le double avantage de toucher rapidement un public très large sans représenter un investissement économique fort, pour dynamiser et faire connaître la Marche parisienne.

À ce titre, les offices de tourisme jouent souvent un rôle important en réalisant et/ou diffusant des vidéos de promotion et de *teasing* des semaines de Marche de leurs villes comme peut le faire Pride Amsterdam¹⁶, celle de Tel Aviv¹⁷ ou la World Pride madrilène¹⁸. Ces vidéos sont reprises non seulement par la ville hôte, mais aussi par les entreprises de transports (aéroports, gares, transports en commun), par les compagnies aériennes (Air France, Easy Jet, etc.) et ferroviaires (Eurolines, SNCF, Thalys, etc.) et plus généralement par tous les partenaires...

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=1ddUFylwWHY&feature=youtu.be>

¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=Bjf9neovBtM>

¹⁸ https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid/videos/1071466842964355/?autoplay_reason=user_settings&video_container_type=0&video_creator_product_type=2&app_id=2392950137&live_video_guests=0

→ **Recommandation 19 : Échanger avec l'OTCP sur la réalisation d'une vidéo promotionnelle annuelle de la Marche des Fiertés avec un plan de diffusion à l'international, notamment sur les vols Air France.**

Par ailleurs, la promotion des Marches peut aussi se faire sur le terrain. Ainsi, lors de son audition, Benoit Breton du groupe français PinkLab360, offre la possibilité aux organisateurs de Marche de disposer d'un char pour communiquer dans les Marches d'autres villes françaises ou étrangères. Ainsi, PinkLab360 a en charge le char de Madrid dans la Marche des Fiertés parisienne, mais aussi celui de Buenos Aires dans plusieurs autres Marches.

D'autres Marches, comme la Fierté Montréal, proposent également de sponsoriser partiellement des organisateurs français afin qu'ils puissent assister à leurs Marche et leurs conférences.

→ **Recommandation 20 : Assurer la promotion de la Marche des Fiertés de Paris dans les autres Marches internationales par la présence d'un char parisien ou d'un stand « Paris LGBTIQ-Friendly » dans les rencontres internationales sur les sujets LGBTIQ.**

4. Exploiter l'événementiel international pour se faire connaître en tant qu'acteur majeur du secteur LGBTIQ

Accueillir et organiser la 10^e édition des Gay Games (Paris 2018) en août 2018 représente une opportunité déjà saisie par Paris afin de se positionner parmi les grandes métropoles *LGBTIQ-friendly*.

En effet, cet événement international qui va attirer 15 000 sportifs et 40 000 visiteurs, représentera un fort moment de visibilité pour Paris, mais aussi pour l'ensemble de la France sur les questions LGBTIQ. En effet, en plus des compétitions sportives, une programmation culturelle et festive accompagnera cet événement majeur, ainsi que des conférences et débats, principalement sur les thèmes de la discrimination dans le sport.

L'héritage des Gay Games pourra être valorisé, non seulement dans le contexte du développement du tourisme LGBTIQ parisien, mais aussi en matière sportive dans le cadre de l'accueil des Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024.

a. Accueillir et participer à de grands événements LGBTIQ internationaux

Afin de prolonger les efforts mis en œuvre à l’occasion des Gay Games et de pérenniser l’image « *LGBTIQ friendly* » de la capitale, Paris doit continuer à être présente dans l’agenda international des grandes rencontres sur le secteur LGBTIQ.

En effet le tourisme d’affaires est également un des secteurs les plus dynamiques à l’échelle du Grand Paris. En 2016, plus de la moitié des nuitées hôtelières (52,7%) étaient des nuitées d’affaires. En 2014, 407 salons ont été organisés attirant 9,8 millions de visiteurs et générant 4,4 milliards de retombées économiques et 20,8 milliards de chiffre d’affaires pour les entreprises exposantes¹⁹.

Inciter la tenue de ce type d’événements internationaux à Paris, en accueillant par exemple le forum annuel de l’IGLTA, qui a un bureau parisien, ou d’autres types de salons, comme le LGBTIQ Confex – un salon créé en 2010 à Mexico, réunissant les grands groupes sud-américains et internationaux sur des sujets mêlant tourisme LGBTIQ et innovations – pourrait non seulement renforcer la visibilité de Paris, mais également inciter les grands groupes français (comme Accor Hôtel, Axa, Air France, RATP, SNCF, Galeries Lafayette, BHV, ...) à investir dans ce secteur en France où ils sont peu présents par rapport à d’autres destinations internationales. Par exemple, Accor Hôtels a un bureau à New York, dédié au développement du secteur LGBTIQ sur tout le continent américain ; tandis qu’Air France communique dans le groupe de media allemand gay, Blu et refuse de le faire en France (cf. [contribution Personnalités](#)).

→ **Recommandation 21 : Créer un groupe de travail, au sein de l’association proposée par la recommandation 7, pour candidater à l’accueil des événements internationaux LGBTIQ à Paris**

→ **Recommandation 22 : proposer un forum d’entreprises innovantes LGBTIQ ou participer à un forum existant**

¹⁹ Chiffres de l’Office du Tourisme : « Les Salons en Ile-De-France en 2014 » et Paris en Chiffre, mars 2017 : <http://asp.zone-secure.net/v2/index.jsp?id=1203/1515/65204&lng=fr> ; <http://presse.parisinfo.com/etudes-et-chiffres/tableau-de-bord>

b. Intégrer des grands organismes internationaux existants

Mis à part le *Rainbow Cities Network*, et dans lequel elle doit se montrer active, Paris ne fait partie d'aucun réseau international, que ce soit via la Ville ou l'Office de Tourisme pour promouvoir la destination en tant que « friendly ». Pourtant l'IGLTA (International Gay and Lesbian Travel Association) a déjà approché l'OTCP, sans succès pour le moment.

Intégrer ce type d'organisation internationale permettrait pourtant une mise en réseau favorable pour Paris, non seulement entre villes (Nice, Berlin, Madrid, Atlanta, Washington, Sydney en sont membres) ; mais aussi entre pays (les offices nationaux et/ou les chambres de commerce d'Australie, du Brésil, du Canada, de la Colombie, du Costa Rica, de l'Italie, du Mexique en font partie) ; à l'échelle institutionnelle internationale et européenne (Organisation Mondiale du Tourisme, Commission Européenne du Tourisme...) ; avec les entreprises touristiques (Delta Airlines, United Airlines, Hilton, Hyatt, Belmond, Marriott, Expedia...) ; et également les médias spécialisés (Spartacus, Man about World, PinkLab360...), les événements (Gay Games, OutGames...).

Ainsi, Paris bénéficierait d'une visibilité sur de nombreux événements organisés par l'IGLTA mais aussi de la promotion de la destination, via notamment la convention internationale annuelle de l'organisation.

Dans un rapport de l'Organisation Mondiale du Tourisme et de l'IGLTA publié en 2012, une enquête menée auprès de membres de l'IGLTA dont, entre autres, les offices de tourisme de Barcelone, de Deauville ou encore de Séville, affirme l'importance pour eux de travailler avec l'IGLTA, notamment en ce qui concerne l'accueil de grands événements, l'organisation de voyages de presse ou encore la recherche marketing sur ce secteur. Selon eux, accueillir une convention annuelle de l'IGLTA représente une opportunité en termes de contacts, mais aussi de message clair d'ouverture pour les touristes LGBTIQ.²⁰

À l'échelle européenne, le GETA (Gay European Tourism Association) propose également la création d'un réseau, mais aussi une plateforme de recensement des établissements LGBTIQ, des offres de voyages et des activités de conseil pour développer le « LGBT Market ».

→ Recommandation 23 : Intégrer l'IGLTA et le GETA

²⁰ *Global Report on LGBT Tourism, AM Reports: Volume three*, UNWTO et IGLTA, 2012, disponible en ligne.

En 1997, il y a 20 ans, Paris était la ville hôte de l'EuroPride. Depuis, aucune autre candidature n'a pu être déposée. De fait, la Marche des Fiertés parisienne portée par l'Inter-LGBT ne fait partie d'aucune des organisations en charge de ces événements, à savoir l'EPOA (European Pride Organisation Association) qui organise l'EuroPride et l'Inter-Pride qui organise la World Pride.

En France, seuls les organisateurs des Marches/Prides des villes de Montpellier (*Fierté Montpellier-Tignes Pride*) et Strasbourg (*Gay Pride de Strasbourg*) font partie de ces organisations, alors que la plupart des organisateurs des Marches/Prides des grandes capitales européennes en font partie (Berlin, Copenhague, Londres, Madrid, Prague, Oslo, Stockholm...).

D'un point de vue touristique et économique, les EuroPrides et World Prides représentent des opportunités en matière de visibilité, d'attractivité et de retombées économiques. Ainsi, ce sont plus de 3 millions de visiteurs qui sont attendus pour la World Pride de Madrid cette année et plus de 150 millions d'euros de bénéfices attendus.²¹

→ **Recommandation 24 : soutenir matériellement l'Inter LGBT si elle désire intégrer l'Inter-Pride et/ou l'EPOA**

c. Investir des événements médiatiques festifs et culturels existants

Comme Mardi Gras est devenu le moment emblématique de l'organisation de la Pride de Sidney, les grandes dates des calendriers internationaux peuvent être investies comme des prétextes à l'organisation d'événements festifs de grande ampleur. Les Marches des Fiertés ne sont pas les seuls moments de célébrations de la liberté.

En France, la fête nationale du 14 juillet ou « Bastille Day » fait partie des événements déclencheurs de voyages pour les touristes. Ils viennent y célébrer la liberté mais aussi la culture et l'histoire françaises incarnées par cette date. De plus, les feux d'artifices et les traditionnels bals des pompiers organisés les 13 et 14 juillet font partie du folklore français. Jusqu'à la fin des années 1990, le disparu magazine Gai Pied organisait un grand bal sur le quai de la Tournelle le soir du 13 juillet.

²¹ « Le tourisme gay, florissant, se diversifie » : <http://www.veilleinfotourisme.fr/le-tourisme-gay-florissant-se-diversifie-papier-d-angle-par-emmanuelle-michel-176337.kjsp>

Christophe Vix-Gras et le ENIPSE ont proposé, lors de leur audition, de faire revivre ce moment festif national à travers la proposition d'un événement sur les berges de Seine (cf. [contribution Christophe Vix-Gras](#)).

→ **Recommandation 25 : Investir la date symbolique du 14 juillet en accompagnant l'organisation d'un grand bal LGBTIQ sur les berges de Seine**

Un autre événement phare de la vie parisienne, qui se tient six fois par an dans la capitale, est la Semaine de la Mode ou « Fashion Week ».

Paris est considérée comme la capitale de la mode aux côtés de New-York, Londres et Milan, et une attention particulière a été portée pour renforcer cette image, dans les diverses stratégies de développement de la Ville de Paris, annoncées par la Maire.

Par ailleurs, ces événements à forte visibilité internationale et à forte valeur ajoutée pour l'industrie du luxe, de l'habillement et de l'hôtellerie-restauration, rapporteraient chaque année plus de 400 millions d'euros de bénéfices à la ville.²²

Ces événements, sont pour diverses raisons, associés à la culture LGBTIQ ou à la culture Queer. En effet les deux sujets diffusent des images et valeurs communes : avant-gardisme, tendances, excentricités, luxes, création... Des similitudes qui peuvent être exploitées pour organiser des événements LGBTIQ marquants autour des Fashion Weeks (cf. [contribution groupe UDI-MoDem](#)).

Lors de l'audition avec Giovanna Rincon, présidente de l'association Acceptess-T et membre du collectif Existrans, a été par exemple évoquée la possibilité d'organiser un grand défilé de mannequins transgenres durant la Fashion Week. Ces dernières années, de plus en plus de personnalités et mannequins internationaux transgenres ont été médiatisés et de fait, le monde de la mode s'empare de plus en plus de la « culture trans ». À titre d'exemple, en mars 2017, la mannequin brésilienne transgenre, Valentina Sampaio, faisait la couverture du *Vogue Paris* titré « La beauté transgenre ».

Ce type d'événement, mêlant glamour et forte visibilité, pourrait permettre à terme, de favoriser l'acceptation de l'opinion publique à l'égard des personnes LGBTIQ.

→ **Recommandation 26 : Investir les Semaines de la Mode pour inciter à l'organisation de grands événements LGBTIQ**

²² « La mode, enjeu capitale », Le Monde, 19/06/2015 : http://www.lemonde.fr/mode/article/2015/06/19/la-mode-enjeu-capitale_4657807_4497335.html

Faire du développement du tourisme LGBTIQ une priorité

Paris fait toujours partie du Top 3 des villes les plus touristiques du monde et ce, malgré les craintes concernant le terrorisme depuis 2015. Paris Métropole accueillait encore **31 millions de visiteurs en 2016** (soit 4,7% de moins qu'en 2015) et malgré une perte de 1,3 milliards d'euros de consommation touristique, **une reprise de 12,5% d'arrivées hôtelières entre 2015 et 2016**²³.

À l'échelle internationale, **le tourisme c'est 10% du PIB mondial, 1 emploi sur 11** à travers le monde et **plus de mille milliards de dollars de chiffre d'affaires**²⁴. Un secteur en constante évolution donc, que Paris peut encore valoriser, dans le contexte de difficultés économiques que connaît la France actuellement.

En 2016, Paris lance son premier schéma de développement touristique dans le but d'identifier mais surtout de prévoir, ce que sera le tourisme à Paris dans les années à venir. Parmi les stratégies adoptées, celle du « renforcement des secteurs émergents » où ont été identifiés 5 secteurs : la nuit, le tourisme LGBTIQ, le tourisme urbain, les grands événements, et le tourisme fluvial.

En 2012, l'OMT signalait déjà le dynamisme et l'influence des voyageurs LGBTIQ, alors qu'ils ne représenteraient que 5 à 10% des touristes mondiaux²⁵.

En Europe, le chiffre d'affaires du tourisme LGBTIQ représentait en 2012 environ 8% du chiffre d'affaires total soit 65 milliards de dollars²⁶.

Ainsi, ces quelques chiffres montrent la pertinence pour Paris de se positionner de manière offensive sur **ce secteur en plein essor, estimé à 202 milliards de dollars annuels**²⁷, en favorisant une approche inclusive qui prend en compte la diversité des communautés LGBTIQ et de leur mode de consommation (cf. contribution Pascal Fonquernie).

²³ Chiffres du Comité Régional du Tourisme : <http://pro.visitparisregion.com/chiffres-tourisme-paris-ile-de-france/frequentation-touristique-paris/Bilans/Bilan-de-l-annee-touristique-2016-a-Paris-Ile-de-France-fevrier-2017>

²⁴ Source Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) : <http://cf.cdn.unwto.org/content/why-tourism>

²⁵ « Le tourisme gay, florissant, se diversifie » : <http://www.veilleinfotourisme.fr/le-tourisme-gay-florissant-se-diversifie-papier-d-angle-par-emmanuelle-michel-176337.kjsp>

²⁶ « Gay tourism matters », étude publié par le GETA (Gay European Tourism Association) : <http://www.geta-europe.org/guru1-report-full.php>

²⁷ L'Echo touristique, chiffres clés : <http://www.lechotouristique.com/article/chiffres-cles,75592>

Le tourisme LGBTIQ représente une niche économique importante, sur laquelle Paris entend se positionner. En effet, développer ce secteur pourrait être créateur d'emplois et redynamiser l'économie touristique parisienne dans un premier temps, et nationale ensuite par son rayonnement. D'autant plus que ce secteur **représente un co-bénéfice, à la fois économique et politique**. Par ailleurs, dans le contexte de concurrence accrue entre les grandes capitales européennes et mondiales de la culture LGBTIQ (San Francisco, Sydney, Londres, Amsterdam, Berlin, Madrid, Montréal, Barcelone, Tel Aviv, ...) Paris semble avoir perdu de son éclat, tandis que d'autres villes émergent et se positionnent sur ce marché en plein essor, comme Mexico, Rio de Janeiro ou Buenos Aires.

Ainsi, il semble important que la Capitale française ne se laisse pas distancer, en particulier dans le contexte de l'accueil des Gay Games en 2018.

1. Structurer et promouvoir l'offre LGBTIQ

a. Structurer l'offre

Ce rapport dresse un constat très global de l'état de l'offre LGBTIQ touristique, culturelle, sportive, festive et militante de la capitale. Mais un travail de fond, pour récolter des données précises sur le sujet est nécessaire.

Des agences comme l'américaine Community Marketing Inc., Out Now Global, un cabinet de conseil autrichien, ou le GETA proposent régulièrement des rapports sur les pratiques, l'impact économique mais aussi les stratégies à adopter et adapter pour conquérir le « LGBT market », grâce à la production de statistiques, de benchmarks, etc.

Par le passé, certaines villes comme Montréal, Tel Aviv ou Barcelone ont déjà eu recours à des études semblables afin de saisir l'opportunité que représente ce secteur, avec les conséquences positives qu'elles connaissent aujourd'hui.

Ces études sont primordiales pour comprendre et développer un marché en limitant les impacts négatifs liés à un manque de connaissances du secteur. Or, les données à ce sujet sont clairement manquantes en France et à Paris.

Par ailleurs, au-delà des pratiques touristiques, une telle étude menée à grande échelle permettrait de connaître les pratiques des habitant.e.s et de formuler par la suite des politiques mieux adaptées.

Le manque de temps et de moyens n'a pas permis de mettre en œuvre ce type d'études dans le contexte du rapport, mais il semble nécessaire de l'envisager par la suite.

→ **Recommandation 27 : Réaliser une étude sur le tourisme LGBTIQ à Paris, la typologie, les profils socio-économiques, les activités liées et leurs impacts économiques, en partenariat avec l'Observatoire du tourisme de l'OTCP.**

Le manque de connaissance de l'offre actuelle est également lié à un manque de communication et de dialogue en interne entre les acteurs de la promotion touristique et les organisateurs d'événements, associatifs ou indépendants (collectifs, etc.) qui ne connaissent pas forcément les interlocuteurs pour promouvoir leurs événements d'un point de vue touristique.

Par ailleurs, même certains grands événements comme les Gay Games ou la Marche des Fiertés LGBTIQ, ont encore du mal à trouver des partenariats et des mécènes, ce qui limite le développement de leur portée internationale.

Ainsi, il semble important de développer une synergie entre professionnel.le.s du tourisme (Office, établissements, compagnies aériennes, etc.) et organisateurs d'événements LGBTIQ, pour développer les partenariats et souligner les intérêts communs.

→ **Recommandation 28 : Réunir les professionnel.le.s du tourisme et les organisateurs d'événements LGBTIQ pour créer une culture commune**

Enfin, afin de clarifier l'offre, la mise en place d'une cartographie et/ou d'un guide touristique officiel LGBTIQ est un outil indispensable à construire. Pour le moment il n'existe aucun guide touristique officiel et les touristes LGBTIQ à la recherche d'activités spécifiques sont souvent redirigés vers le Centre LGBT Paris, Ile de France.

Le site de l'OTCP (parisinfo.fr) vient tout juste, en mai 2017, de publier un dossier thématique dédié au tourisme LGBTIQ²⁸. Celui-ci sera prochainement complété par un article sur les associations et sur la Marche des Fiertés 2017. Cependant la page internet reste encore trop peu visible et difficile d'accès (pas d'onglet direct sur la page d'accueil).

En revanche, les sites internet de la Ville de Paris (paris.fr et quefaireàparis.fr) ne disposent pas de page spécifiquement dédiée à l'offre LGBTIQ.

²⁸ <http://www.parisinfo.com/decouvrir-paris/guides-thematiques/paris-gay-et-lesbien>

En ce qui concerne les guides papiers, pendant un temps était distribué un guide intitulé GoMap et édité par Franck Desbordes gérant des éditions Blue Savannah²⁹. Aujourd'hui il n'est plus disponible, mais l'association Paris Gay Village élabore actuellement et, avec ses seuls moyens associatifs, un guide papier bilingue qui sera distribué très prochainement à l'Office du Tourisme et dans les lieux de sorties LGBTIQ.

En parallèle de ces guides/cartographies « fixes », la mise en place d'un agenda participatif sur un support déjà existant (comme une page *Facebook*, une application type *Hornet*, un média comme *Mister10* ou un magazine internet comme *ParislaNuit* ou *TimeOut*) est un outil à valoriser afin de tenir à jour, en temps réel, l'offre LGBTIQ d'activités, de soirées, de sorties très diverses et variées qui ont lieu tous les jours à Paris.

Par ailleurs, chacun de ces outils devrait pouvoir être édité au moins en anglais, pour faciliter l'accès et la compréhension des touristes.

→ **Recommandation 29 : Faire contribuer les organisateurs d'événements socio-culturels LGBTIQ à la création d'une base de données pour promouvoir l'offre parisienne par l'édition d'un agenda, d'une cartographie et/ou un guide touristique officiel et bilingue mis à jour régulièrement**

b. Promouvoir l'offre

L'offre touristique LGBTIQ parisienne ne doit pas seulement être structurée, elle doit également être connue à l'échelle locale, nationale et internationale.

En effet, beaucoup d'événements LGBTIQ sont inconnus du grand public pour des raisons de mauvaise circulation de l'information. Durant les auditions, la plupart des organisateurs d'événements ont réclamé une meilleure communication de la part de la Ville de Paris sur tous ses supports (affichages publics, panneaux lumineux, sites internet, réseaux sociaux, publications, magazines, etc.) pour permettre une meilleure visibilité à l'échelle locale, nationale et internationale.

Cet été, l'OTCP lance une campagne « web et print » sur divers support (cartes thématiques, vidéos, etc.) sur le Paris Festif incluant une thématique LGBTIQ, ainsi qu'une campagne sur les réseaux sociaux et l'invitation de blogueuses influentes (cf. annexe 10). En parallèle des

²⁹ Contact Franck Desbordes: franck@bluesavanah.com

publicités sur le site Gaytravel.com³⁰, très influent sur le marché états-unien, seront diffusées pour promouvoir la destination parisienne.

Pérenniser ces efforts de communication permettraient ainsi de mieux couvrir certains grands événements LGBTIQ à venir, notamment en 2018 où l'agenda s'annonce chargé : EGPA 2018³¹, les rencontres européennes des gendarmes et policiers gays et lesbiennes qui auront lieu à Paris du 27 au 29 juin ; les Gay Games qui se tiendront du 4 au 12 août ; l'élection de « Mister Leather Europe » le 13 octobre aux Halles des Blancs Manteaux

→ **Recommandation 30 : améliorer la communication et la promotion des événements LGBTIQ sur l'ensemble des réseaux et supports de la Ville de Paris**

Par ailleurs, lors de l'audition avec les services en charge des réseaux sociaux de la ville (principalement Twitter, Instagram et Facebook, mais aussi Snapchat), il a été constaté un manque d'encadrement et de connaissances des sujets LGBTIQ qui ne permettait pas le suivi efficace de la question. La personne en charge du service a d'ailleurs souligné les difficultés du traitement des sujets LGBTIQ (multiplicité des acteurs et des revendications, sujets parfois politiquement délicats, communauté LGBTIQ très active sur les réseaux sociaux et difficile à suivre, etc.) et a indiqué sa volonté d'être mieux accompagnée sur des sujets bien identifiés.

De nombreuses sociétés font de plus en plus appel à des *community managers* pour être présents sur les réseaux sociaux internationaux et nationaux et couvrir certains sujets. De plus, les nouvelles stratégies marketing exigent une veille particulière sur ce type de réseau.

Par exemple, la pratique du *hashtag* est de plus en plus utilisée pour promouvoir une destination ou un événement, et utilisée par les utilisateurs pour découvrir certains endroits et activités. À ce titre, le guide gay numérique *Man About World*, propose même pour chaque destination, des hashtags à utiliser durant son séjour. Dans son guide de mars 2016 consacré à Paris, les hashtags proposés sont : #TopParisPhoto et #ThisisParis qui sont utilisés par plus de 290 000 abonnés.

→ **Recommandation 31 : Développer une stratégie de communication numérique spécifique sur l'angle LGBTIQ** Une autre pratique peu exploitée mais efficace, est la venue de

³⁰ Site Gay Travel : <http://www.gaytravel.com/>

³¹ L'association Flag ! en partenariat avec la ville de Paris, accueillera la prochaine conférence européenne de l'European LGBT Police Association (EGPA) en juin 2018 : <http://www.gay-police.eu/>

journalistes, blogueurs et influenceurs LGBTIQ nationaux et internationaux pour couvrir des événements LGBTIQ parisiens.

En effet, les voyages de presse permettent de faire connaître les événements dans les médias internationaux et de toucher un public parfois difficilement identifiable et atteignable.

Ainsi, pour se faire connaître ou revaloriser un événement moins suivi, la venue de la presse et de personnalités médiatiques importantes est une stratégie de communication à développer. Comme l'artiste Conchita Wurst qui était devenue pendant un temps une porte-parole de la cause drag-queen et plus largement transgenre autrichienne (cf. [contribution PinkLab360](#)).

Des événements comme la Marche des Fiertés LGBTIQ pourraient également bénéficier d'une telle initiative.

→ **Recommandation 32 : Organiser un voyage de presse pour les grands événements parisiens LGBTIQ, en partenariat avec l'OTCP**

Même si de fait, l'ensemble des établissements parisiens peuvent être considérés comme inclusifs et LGBT-friendly, doter les lieux parisiens d'un label distinctif pour garantir aux touristes une qualité d'accueil respectueuse et bienveillante, peut permettre d'améliorer la visibilité mais aussi permettre aux touristes de faciliter l'organisation de leur séjour, en particulier pour les touristes avec un petit budget, qui ne peuvent pas se permettre de séjourner dans le Marais, et qui ne connaissent pas forcément d'autres lieux « friendly ».

Tous les établissements qui le souhaitent pourraient intégrer ce label, qui serait accompagné d'une charte pour garantir des normes d'accueil, de respect et d'ouverture.

Deux villes françaises ont déjà adopté ce type de labellisation : la ville du Mans avec une charte « gay friendly » accompagnée d'un label « Bienvenue au Mans »³² ; et la ville de Nice qui a créé non seulement un label local « Nice Irisée » mais a aussi obtenu un label international, délivré par Travel Out Now et l'IGLTA, « Gay Comfort »³³.

Vincent Autin-Boileau, président de la Pride Montpellier, une des prides françaises les plus connues à l'international, a créé une société de développement du tourisme LGBTIQ « Friendly Company ». Cette société propose entre autres, l'obtention d'un label « Ville Friendly » qui se veut à terme, européen et international. Cela permettra également de

³² <http://www.lemans.fr/page.do?t=2&uuid=9B7D0426-D4D0B214-1B8E8BA2-AE5EBB15>

³³ <http://www.nicetourisme.com/nice-gay-friendly>

créer un réseau international de villes « friendly » et un répertoire d'établissements volontaires, facilement accessible pour les touristes LGBTIQ du monde entier.

→ **Recommandation 33 : Promouvoir un label existant pour identifier les établissements touristiques et culturels qui sont engagés dans une démarche d'accueil LGBTIQ-friendly**

c. Garantir le suivi des actions et recommandations

Afin de mettre en œuvre l'ensemble de ces recommandations, mais aussi de développer les compétences en termes de diagnostic et d'expertise sur les questions relatives au tourisme et à la culture LGBTIQ à Paris, avoir une personne permanente serait un plus.

Il s'agirait d'avoir un interlocuteur identifié en charge des questions LGBTIQ de manière transversale, chargé du suivi des actions du rapport et membre de l'instance de coordinations des acteurs, qui garantirait la mise en œuvre effective des actions énumérées dans ce rapport, et donc le développement et la valorisation du tourisme et de la culture LGBTIQ dans la capitale française.

Pour le moment, aucun poste n'est dédié intégralement à cette thématique contrairement à d'autres villes françaises et étrangères.

→ **Recommandation 34 : Identifier une personne ressource à la Ville de Paris pour suivre la mise en œuvre du rapport**

2. Faciliter l'expérience des usagers

a. Les outils marketing pour valoriser l'offre

La municipalité de Berlin propose à tous ses visiteurs un « Queer City Pass »³⁴. Ce pass de transport, regroupe également diverses offres promotionnelles dans des établissements partenaires aussi bien des musées, que des restaurants, des hôtels, des bars, des clubs et des boutiques. Ce pass est adaptable selon la durée du séjour et représente un outil très pratique pour le visiteur qui peut non seulement voyager de manière illimitée pendant son séjour et bénéficier d'offres avantageuses.

³⁴ <http://www.queercitypass.com/en/city/berlin-en/>

A Paris, l'OTCP commercialise un pass, intitulé le Paris Passlib, décliné en 4 formules (mini, 2, 3 et 5 jours). Ce Pass permet aux touristes d'avoir accès à une offre culturelle élargie (plus de 60 musées), à la Tour Eiffel (en option), à une offre de loisirs (croisière en bateau et tour en bus « hop on hop off ») et à une offre de transport (le ticket Paris visite). Mais il n'existe pas de version spécifique pour découvrir l'offre de tourisme LGBTIQ.

Par ailleurs, le fonctionnement des pass transports parisiens est assez complexe et ils sont difficilement modulables au-delà de cinq jours (Paris Visite Pass, carnet de tickets, Navigo Semaine, etc.)

Pour de grands événements comme les Gay Games qui se déroulent sur 9 jours, ce fonctionnement est problématique. Proposer des pass modulables qui donneraient accès à des offres privilégiées serait une manière de faciliter l'expérience des visiteurs et en particulier des athlètes internationaux qui séjournent durant la totalité de l'événement à Paris.

Généraliser ce type de pass (sous forme de carte ou de bracelet) qui regroupera selon les préférences des utilisateurs une offre de transports modulable et des tarifs privilégiés dans certains établissements partenaires, serait profitable aux usagers tout le reste de l'année.

→ **Recommandation 35 : Inciter les réseaux de partenaires labellisés à développer un outil de marketing affinitaire qui permette d'accéder à une offre d'activités spécifiques**

b. L'accueil des usagers

Comme évoqué précédemment, les touristes LGBTIQ sont la plupart du temps redirigés vers le Centre LGBT Paris, Ile-de-France lorsqu'ils sont à la recherche d'activités spécifiques. Sur ce point, le groupe Radical de Gauche, Centre et Indépendants a formulé des recommandations pertinentes (cf. [contribution Radicaux de Gauche, Centre et Indépendants](#)).

À Amsterdam, il existe un « *PinkPoint* »³⁵, un point d'information touristique consacré à l'offre LGBTIQ. A Paris, à la manière des kiosques de l'OTCP qui existent déjà dans certains quartiers touristiques (Anvers-Montmartre, Carrousel du Louvre, Paris Rendez-Vous, Gare du Nord, Gare de l'Est, Pyramides), un kiosque d'informations dédiées à l'offre LGBTIQ pourrait être créé.

³⁵ Page « Pink Point », du site IAMsterdam : <https://www.iamsterdam.com/fr/visiter/activites/shopping/aper%C3%A7u/pink-point-gay-informatiepunt>

Celui-ci permettrait aux touristes de recevoir un accueil adapté et personnalisé, a minima bilingue.

En parallèle, ce même point d'accueil pourrait être développé sous format numérique afin de faciliter l'usage des touristes.

→ **Recommandation 36 : Créer un kiosque d'informations consacré au tourisme LGBTIQ**

c. Développer les offres d'hébergement « alternatifs » et à petits prix

La thématique de l'hébergement a été plusieurs fois abordé lors de nos échanges, notamment avec le groupe Communiste-Front de Gauche (cf. [contribution groupe communiste-Front de Gauche](#)), la FSGL (cf. [contribution FSGL](#)), mais aussi le groupe Les Verts, et les représentants de la Mairie du 3^e arrondissement de Paris.

Compte tenu de la relative cherté des loyers, de la concurrence accrue des plateformes de logement locatif type « Airbnb », et de l'offre hôtelière parisienne, il conviendrait de favoriser les hébergements « alternatifs », et d'améliorer l'offre de logement et d'accueil pour les « petits budgets ». Par ailleurs c'est le guide « Le Paris à petit prix » qui est le plus téléchargé sur le site de l'OTCP³⁶.

Le prix du logement peut être un frein pour les jeunes, les étudiants ou les salariés à bas revenus, pourtant désireux de venir visiter Paris. Par ailleurs, certains visiteurs dans leurs blogs de voyages, signalent ce type de difficultés.

De plus, certains prestataires exercent des prix abusifs lors de grands événements qui attirent de très nombreux touristes. Par exemple, à l'occasion de la World Pride de cet été, la ville de Madrid a connu une très grande inflation des prix hôteliers, qui a contraint certains touristes à rechercher des offres d'hébergements, via des réseaux alternatifs (amis, familles, réseaux sociaux, etc.)

Afin d'éviter ces pratiques abusives, la FSGL propose par exemple de développer le réseau des sportifs et sportives pour faciliter l'hébergement gratuit chez l'habitant, le « *couch surfing* », notamment lors de grands événements comme les Gay Games, la Marche des Fiertés, le TIP, etc. Cette pratique du *couch surfing* pourrait être valorisée et encouragée toute l'année, sur les pages internet de l'OTCP et de la Ville.

³⁶ Page internet « Paris à petits prix » : <https://www.parisinfo.com/decouvrir-paris/guides-thematiques/paris-a-petits-prix>

Le groupe Communiste-Front de Gauche propose de continuer de promouvoir la création de « vraies auberges de jeunesse » à Paris qui offrent, en plus d'un hébergement à bas prix, des valeurs de partage et de convivialité plus difficile à retrouver dans les hôtels.

Par ailleurs, ces types de logements sont de plus en plus recherchés par les touristes désireux de voyager « hors des sentiers battus », mais aussi les « repeaters » et les « solos », qui cherchent à découvrir Paris autrement et au-delà des grands sites touristiques. La plateforme d'hébergement française MisterB&B, destiné principalement à la clientèle gay, propose par exemple d'être hébergé chez l'habitant de la même manière qu'Airbnb et incite les hôtes à être les ambassadeurs de leurs villes, en proposant des visites pour les touristes qu'ils hébergent, etc.

→ **Recommandation 37: développer et favoriser les offres d'hébergements « alternatifs » et « petits budgets »**

La diversité culturelle et festive parisienne : une spécificité à valoriser

Du point de vue culturel, entre ses musées, ses expositions, l'accueil de grands événements et son patrimoine historique et architectural, Paris n'a plus besoin de se défendre en tant que capitale culturelle internationale. Par ailleurs, des événements culturels LGBTIQ sont de plus en plus nombreux et font venir des artistes, des intervenants et des chercheurs internationaux à Paris pour discuter de ces thématiques, comme par exemple **le Festival des cultures Queer Loud and Proud à la Gaîté Lyrique, les festival de cinéma Chéries-Chéris et Cineffable ou encore le festival des Cultures LGBT organisé par le Centre LGBT Paris Ile de France**. Ces événements permettent de faire découvrir les cultures LGBTIQ et de diversifier l'offre « classique » que véhicule déjà Paris.

Depuis le rapport sur la vie nocturne parisienne de 2009, tous les acteurs de la nuit s'accordent pour dire que Paris connaît un renouveau dynamique dans le domaine de la nuit et plus généralement de la fête. Malheureusement, ces nouvelles activités restent encore mal connues des habitant.e.s et plus encore des touristes. On comptait en 2016, en moyenne 360 événements nocturnes par soir à Paris³⁷.

Un faux sentiment d'endormissement s'est insinué alors que les nuits parisiennes n'ont jamais été aussi vivantes. Les collectifs et les organisateurs se multiplient (cf. annexe 3), les soirées prennent place dans des lieux toujours plus originaux, dans **le contexte du Grand Paris, les ouvertures des parcs de nuit et la piétonisation des quais** permettent d'envisager de **nouvelles perspectives d'événements en plein-air**.

Cependant, ces nuits aux multiples facettes, de plus en plus itinérantes et éphémères, sont – et c'est un problème – moins identifiables par les touristes, notamment les LGBTIQ.

En effet, **le changement de l'offre nocturne s'est accompagné d'un déclin de visibilité du quartier gay emblématique du Marais**³⁸. La patrimonialisation et la gentrification du Marais ont obligé les jeunes LGBTIQ à trouver des alternatives pour faire la fête dans des endroits plus abordables financièrement, répondant mieux aux tendances nocturnes actuelles.

³⁷ Chiffres de l'Office du Tourisme : <http://presse.parisinfo.com/etudes-et-chiffres/dossiers-paris/chiffres-insolites-2016>

³⁸ A ce sujet, voir notamment les travaux de BLIDON Marianne, 2006, "Entre visibilité et invisibilité, les formes spatiales gays dans la ville", *La Forme en Géographie*, pp59---63 ; GIRAUD Colin, 2014, *Quartiers Gays*, PUF ; et REDOUTEY Emmanuel, 2004, "Le Marais à Paris, un quartier gay?", *Urbanisme*, No 337

Mais la vie nocturne et culturelle parisienne est encore mal perçue et assez peu valorisée par rapport à d'autres capitales européennes comme Amsterdam, Berlin, Barcelone, Madrid ou Londres, qui en ont fait leur « marque ». La très forte densité de Paris entraîne régulièrement des conflits d'usage entre les établissements et les riverains. Le développement d'activités nocturnes se heurte également à plusieurs difficultés déjà identifiées par le secteur : manque de transports en commun nocturnes, législation restrictive sur les ouvertures de nuit, obligation de sécurité renforcée depuis les attentats et trop peu de services en anglais.

La question de l'accessibilité se pose d'autant plus pour les touristes LGBTIQ, pour lesquels l'offre reste encore trop confidentielle.

1. Valoriser la diversité des initiatives moins visibles

a. Redonner de la visibilité à toutes les initiatives

Les nombreuses auditions menées pour réaliser ce rapport ont permis de constater la richesse et l'effervescence de la vie parisienne en matière d'événements culturels et festifs LGBTIQ. Cependant, cette richesse est très peu connue des habitant.e.s et encore moins des visiteurs de passage.

Cela peut notamment s'expliquer par le manque de connaissance du panorama d'acteurs. Par exemple, les médias gays comme *Têtu*, *Garçon Magazine* ou les grandes associations comme l'Inter-LGBT, SOS Homophobie, Le Refuge, ... sont beaucoup plus connus car beaucoup plus visibles.

Cependant, diversifier les interlocuteurs, permet de prendre connaissance de certaines initiatives et projets moins connus mais tout aussi pertinents. De nombreuses thématiques sont ainsi moins abordées quand il est question des communautés LGBTIQ comme les questions générationnelles, ethniques et religieuses, bisexuelles, transgenres et intersexes, alors que des initiatives existent au niveau associatif, ce dont nous avons pu prendre connaissance lors d'une table ronde organisée au Centre LGBT Paris Ile-de-France (cf. [annexe 2](#)).

Ainsi sur les questions générationnelles nous pouvons citer le collectif Grey Pride³⁹ qui se bat pour la visibilisation des seniors LGBTIQ souvent ignorés non seulement pas la société mais

³⁹ <https://twitter.com/vieillirlgbt>

aussi au sein des populations LGBTIQ, ou encore le Mag Jeunes LGBT qui réunit autour d'activités et de temps de parole des jeunes entre 15 et 26 ans.

Au niveau ethnique et religieux, des associations comme la Paris Black Pride (cf. annexe 8), organise depuis 2016 un weekend de festivités autour de la culture LGBTIQ et afrodescendante. L'association juive Beit Haverim organise des événements à l'occasion de chaque fête religieuse.

Sur les questions transgenres, les associations Acceptess-T, OUTrans, Act-UP Paris entre autres, se sont regroupées au sein du collectif Existrans pour organiser la Marche Existrans depuis 1997. Depuis 2014 le collectif organise également une Semaine de la Transidentité qui valorise le travail d'artistes transgenres et intersexes.

Dans le domaine sportif, la FSGL ou encore Aquahomo jouent un rôle fondamental dans l'inclusion par le sport mais aussi la lutte contre les discriminations en milieux sportifs, et l'acceptation de son identité (cf. contribution FSGL). Par ailleurs, ils seront des partenaires privilégiés pour les Gay Games 2018.

L'association Bi'Cause qui défend la cause des bisexuels, organise régulièrement des moments de convivialité et des projections de films sur la thématique de la bisexualité (cf. contribution Bi'Cause).

Au niveau évènementiel et culturel, la Queer Week organise depuis 8 ans, à l'initiative d'élèves de Science Po Paris, une semaine de débats, de conférences, d'expositions et de festivités sur le thème de la culture Queer.

Alors que Paris est la ville européenne qui concentre le plus d'écrans de cinéma, le festival du film LGBTIQ Chéries, Chéris et le festival du film féministe et lesbien Cineffable, bénéficient également d'une visibilité encore trop limitée malgré la grande qualité de ces festivals.

Au niveau des médias, le travail de l'AJL (Association des Journalistes LGBT) peut être salué. L'association prévoit d'ailleurs un événement important le 29 juin 2017 : « les Out d'Or, prix de la visibilité LGBT ». Par ailleurs des magazines lesbiens émergent grâce à l'économie collaborative et proposent des informations et programmations parfois alternatives intéressantes comme le blog *Barbieturix*, et les magazines *Jeanne* et *Well, Well, Well*.

D'autres événements comme le Printemps des Assocés organisé par l'Inter-LGBT ou le Festival des cultures LGBT organisé par le Centre LGBT réunissent chaque année des milliers de participant.e.s autour d'une programmation culturelle et associative. Cette année par exemple, le Printemps des Assocés a réuni 7000 participant.e.s sur deux jours, dans la Halle des Blancs Manteaux (4^e). Pourtant ces événements ne bénéficient pas d'un relais de

communication fort de la part de la Ville de Paris et dans les médias généralistes alors qu'ils mériteraient vraiment d'être valorisés.

Par ailleurs, ces initiatives moins connues sont souvent confrontées à des difficultés d'ordres économique et logistique qui rendent le maintien et le développement de leurs projets très difficiles.

→ **Recommandation 38 : Accompagner et valoriser des initiatives nouvelles ou encore peu structurées qui promeuvent la diversité et la reconnaissance des droits de tous les LGBTIQ (visibilité, mise à disposition de locaux associatifs, accueil d'événements, etc.)**

b. Visibiliser la population transgenre et intersexe

Les mouvements transgenres et intersexes expriment régulièrement leur volonté de se singulariser des questions gays, lesbiennes et bisexuelles. La question de l'identité de genre n'est pas forcément associée à la question de l'orientation sexuelle, et entraîne des revendications différentes.

Très récemment une inter-associative Trans et Intersexe nationale a été créée pour structurer les revendications de ces mouvements et avoir un interlocuteur unique. Les deux demandes principales restent cependant de faciliter les procédures pour le changement de prénom et la modification de la mention du sexe à l'État civil.

Le principal enjeu des questions relatives à la transidentité reste de toucher le grand public. En effet, ces thématiques sont souvent très peu connues et la transphobie est encore trop présente dans nos sociétés, d'autant plus qu'elle est souvent accompagnée de préjugés raciaux et socio-économique (travail du sexe, précarité, etc.).

Valoriser et normaliser l'image des personnes transgenres et intersexes passe non seulement par des initiatives militantes, comme la charte d'accueil en milieu sportif des personnes transgenres, la Marche Existrans ou la Semaine de la Transidentité, citées plus haut ; mais aussi par des événements plus visibles, qui peuvent atteindre le grand public.

En Thaïlande est organisé depuis 2004, le concours Miss International Queen⁴⁰, un concours de beauté qui récompense les beautés transgenres.

Sans tomber dans les stéréotypes et le sexisme, un concours semblable pourrait être organisé pour récompenser les Miss et Mister Trans, en France et à l'échelle européenne.

⁴⁰ <http://www.missinternationalqueen.com/>

Le/la gagnant.e pourrait être ainsi sélectionné.e pour participer au concours international en Thaïlande.

Même si l'événement thaïlandais reprend les codes du glamour et strass des traditionnels concours de beauté, il y a derrière une dimension revendicative forte. Cette année par exemple, pour la première fois, une femme transgenre égyptienne a participé au concours. Un événement symbolique fort quand on connaît la situation des personnes homosexuelles et transgenres dans les pays du Maghreb et du Moyen-Orient.

→ **Recommandation 39 : Accompagner les associations de lutte pour les droits des personnes transgenres, à travers l'organisation d'un événement « Miss Queen France », qui serait l'occasion de promouvoir les droits des personnes transgenres**

2. Intégrer et visibiliser des éléments de patrimoine de la culture LGBTIQ

a. Réaffirmer l'héritage historique de la communauté LGBTIQ à Paris

Le Marais n'a pas toujours été le « Gay Village » de la capitale française. D'ailleurs, ce n'est en réalité qu'à partir des années 1980 que ce quartier à l'époque délaissé, a commencé à émerger en tant que tel.

Avant le Marais, les personnes LGBTIQ se retrouvaient dans le quartier des Halles, et avant encore dans le quartier de Saint-Germain-Des-Prés, de l'Opéra et en particulier de la rue Sainte-Anne, et dès la fin du XIXe siècle et jusqu'aux années folles, dans le quartier de Montmartre.

Ces différentes époques géographiques de l'homosexualité parisienne, ont été marquées par des personnages illustres comme Jean Cocteau, Proust, Colette, Oscar Wilde, Jean Marais, Marguerite Yourcenar, etc. Sans compter la grande époque des Cabarets qui a vu émerger des artistes transformistes et transgenres comme Coccinelle et Bambi chez Madame Arthur.

Pourtant, si ces personnalités sont habituellement connues pour leurs œuvres, on oublie trop souvent leur identité LGBTIQ et leur militantisme avant l'heure qui a contribué à forger l'image artistique, ouverte et festive de Paris.

Redonner une place à ces lieux et ces personnalités emblématiques des communautés LGBTIQ parisiennes, passe aussi par **l'affichage dans l'espace public de la place historique qu'ont toujours occupée les communautés LGBTIQ à Paris** afin de montrer qu'elles

appartiennent à la Ville et à la construction de son identité et de sa richesse intellectuelle. Des **mesures de visibilité** permettront d'envoyer un message symbolique fort d'inclusion, de sécurité et de diversité.

→ **Recommandation 40 : Inclure des éléments de la mémoire LGBTIQ dans le réseau de « pelles historiques » de la Ville de Paris**

L'association Paris Gay Village, organise des visites guidées sur l'histoire des homosexuel.le.s et de l'homosexualité à Paris. Une trentaine d'itinéraires sont proposés parmi lesquels : « Autour de la Montagne Sainte-Geneviève », « Balade lesbienne de Châtelet à la Concorde », « Gustave Moreau, un Symboliste homo-érotique », « Le cimetière de Montmartre : quand les homosexuel-le-s se donnent en spectacle », etc.⁴¹

Des balades thématiques qui permettent aux visiteurs de découvrir Paris autrement sous l'angle de l'Histoire homosexuelle qui a marqué la capitale.

En collaboration avec l'association et avec l'OTCP, la Ville de Paris pourrait réfléchir à un itinéraire original et inédit sur un thème particulier, par exemple à l'occasion des Gay Games ou de la Marche des Fiertés. Cette initiative serait une manière de soutenir l'association mais aussi de faire découvrir ces visites à un public plus large.

→ **Recommandation 41 : Créer un circuit historico-touristique LGBTIQ avec Paris Gay Village**

L'association Les Oublié.e.s de la Mémoire⁴², porte depuis plusieurs années un projet de Monument dédié aux déportés LGBTIQ dans les camps durant la Seconde Guerre Mondiale et aux LGBTIQ victimes de discriminations. Les « triangles roses » ont été plusieurs milliers à être déportés, mais les chiffres exacts sont difficiles à connaître, car beaucoup d'entre eux étaient répartis dans d'autres catégories, notamment les « triangles verts » pour détenus criminels et les « triangles noirs » pour les lesbiennes, considérées comme « socialement inadaptées » parmi les drogués, marginaux, et certains malades mentaux.

En France, cette réalité fait débat depuis quelques années entre négationnistes et historiens qui ne cessent de prouver grâce à l'analyse des archives, l'existence d'une déportation des

⁴¹ L'ensemble des balades proposées : <http://www.parisgayvillage.com/catalogue/>

⁴² Site internet de l'association : <http://www.devoiretmemoire.org/home.html>

homosexuel.les en France⁴³.

Des monuments ou plaques commémoratives existent dans certaines villes comme Amsterdam, Berlin, Bologne, Montevideo, Nancy, San Francisco, Sydney ou Tel Aviv...

Par ailleurs, ce projet de monument, au-delà du devoir de mémoire, pourrait également avoir un intérêt touristique par son aspect unique et inédit. En effet, l'association prévoit la création d'une véritable œuvre d'art, à la fois conviviale et durable, qui la différencierait des autres monuments déjà existants.

La Ville de Paris, aux côtés de l'État, doit être moteur dans la mise en œuvre de ce monument qui, a une portée nationale voire internationale et dont il devient urgent que le choix du lieu soit effectué.

→ **Recommandation 42 : Mobiliser l'État pour que soit créé rapidement un monument de la mémoire des victimes LGBTIQ, grâce à l'appui de la Ville de Paris.**

Un autre projet historique qui est à l'étude depuis le début des années 2000 est la création d'un Centre d'archives LGBTIQ à Paris où les associations, le monde de la culture, les chercheurs et autres acteurs concernés pourraient contribuer et regrouper leurs travaux.

Un travail sur la question a été relancé par la Ville de Paris depuis 2015.

Ce lieu permettrait de connaître et comprendre l'évolution des questions LGBTIQ en France mais aussi à l'international. Ce projet pourrait avoir l'ambition de se transformer progressivement en un centre de recherches dans le domaine des « Queer Studies » et des « Gender Studies » comme ceux qui se développent ces dernières années dans les universités françaises et étrangères. Il pourrait également être regroupé au sein d'un musée des histoires LGBTIQ, comme c'est le cas à San Francisco avec le « GLBT Historical and Society – archives and museum »⁴⁴

Un long travail de recensement est cependant nécessaire et demande une collaboration de toutes les associations et personnalités et notamment du Centre LGBT qui dispose de la plus grande bibliothèque LGBTIQ de France. D'autres sources comme l'historique Radio FG (anciennement Fréquence Gaie) pourraient participer à l'élaboration du projet grâce à leurs archives radiophoniques.

⁴³ « Déportation des homosexuels, la réalité des chiffres », 15/02/2012, *L'Express* : http://www.lexpress.fr/actualite/politique/deportation-des-homosexuels-la-realite-des-chiffres_1082732.html

⁴⁴ GLBT Historical and Society – archives and museum : <http://www.glbthistory.org/museum/>

Certains fonds majeurs d'archives du mouvement LGBTIQ ont d'ores et déjà été déposés aux Archives Nationales. Les archives départementales de la Ville de Paris traitent également des dépôts. Ces archives institutionnelles, garantes de la pérennité et de la qualité du traitement des archives, doivent être parties prenantes d'une gouvernance collective de ce sujet.

→ **Recommandation 43 : Achever le travail de recensement et d'identification des archives liées à l'histoire LGBTIQ et encourager la Ville de Paris à ce que l'État s'investisse dans la gouvernance d'un centre d'archives ou un musée des histoires LGBTIQ. Mobiliser un maximum de collectivités territoriales sur le territoire du Grand Paris pour accueillir un tel site.**

b. Réinvestir l'espace public

Comme pour la question du genre, la question de la visibilité dans l'espace public au quotidien est à prendre en compte dans l'approche des questions LGBTIQ.

Dans le guide référentiel « Genre et espaces publics » élaboré et distribué par la Mairie de Paris, des recommandations sont formulées pour atteindre la parité, l'égalité et l'équité entre femmes et hommes dans l'espace public. Dans ce guide, un des thèmes abordés est la présence symbolique de femmes à travers les noms de rues, de lieux sportifs, de stations de transports en commun, etc. On y apprend que seulement 200 rues de Paris sur 4000 portent des noms de femmes. Un chiffre en progression continue puisqu'il était de seulement 44 en 2001.

De la même façon, les noms donnés aux rues et autres bâtiments publics devraient plus souvent rendre hommage à des personnalités LGBTIQ, une occasion de faire connaître une personnalité plus ou moins célèbre, mais aussi de montrer de manière symbolique que les communautés LGBTIQ font partie intégrante de l'espace public et ont le droit d'y circuler librement.

Cette année a d'ailleurs inaugurée la Promenade Coccinelle, le 18 mai 2017, en l'honneur de l'artiste transgenre du même nom. Une première dans une capitale. Des initiatives semblables pourraient être poursuivies.

→ **Recommandation 44 : Renommer/nommer certaines rues, places, équipements, parcs, stations de métros ou de bus, etc. en l'honneur de personnalités LGBTIQ**

3. Revaloriser l'identité LGBTIQ du Marais

a. Inclure des éléments visibles d'identification

Dans le cadre de ce rapport, il semble cohérent de se questionner sur le positionnement du Marais, quartier traditionnellement connu comme « gay » de la capitale.

Il semblerait que le Marais soit toujours marqué par cette identité, notamment au niveau international. Mais pourtant au niveau local, le quartier connaîtrait un certain ralentissement de ces activités LGBTIQ et une perte d'enthousiasme, liée à la fois à l'augmentation du tourisme, à la cherté des loyers et à une offre limitée et stéréotypée qui ne répond plus forcément aux attentes des habitant.e.s et des touristes LGBTIQ.

Dans ce contexte, faut-il appuyer cette spécificité du Marais dans le développement d'un schéma touristique LGBTIQ pour la ville de Paris ? Faut-il renforcer son rôle/sa position de « *Gay Village* » parisien ?

Afin de protéger l'identité forte du quartier du Marais, qui à l'image des autres *Gay Villages* internationaux est en perte de vitesse (établissements LGBTIQ qui ferment au profit de grandes enseignes de luxe, inflation des prix des loyers, gentrification et popularisation touristique au détriment de la clientèle LGBTIQ en particulier des plus vulnérables, émergence des applications de rencontres qui rendent en partie obsolètes les traditionnels « lieux de drague » LGBTIQ, etc.), des stratégies de patrimonialisation du quartier peuvent être mise en œuvre, ce qui permettrait à la fois de le protéger et de reprendre un certain contrôle ; mais aussi d'identifier et visibiliser l'ensemble des lieux LGBTIQ historiques de la capitale.

Il est important de conserver une partie de cette identité de Paris comme cela a pu être fait dans d'autres quartiers LGBTIQ de métropoles internationales avec des signalétiques fortes comme un « panneau de bienvenue » aux couleurs du *Rainbow Flag*, des bancs publics et/ou passages piétons arc-en-ciel, ou encore une grande œuvre d'art ou de Street Art qui célébrerait l'identité LGBTIQ dans le quartier.

Mais cette « patrimonialisation » ne peut pas se faire sans être accompagnée d'une modernisation des lieux de sortie et de sociabilité LGBTIQ (bars, clubs en particulier), au risque de tomber dans la « muséification » du quartier.

Car si les « Gay villages » semblent en perte de vitesse, ils continuent cependant d'exister et d'être répertoriés par les guides spécialisés, faisant partie intégrantes des paysages urbains

des grandes villes. De plus, si les jeunes générations sont moins attachées au Marais et ont moins besoin de ce quartier pour construire leurs identités dans un contexte parisien plus ouvert, les générations plus anciennes mais aussi les « nouveaux arrivants » restent attachés à l'existence d'un quartier gay et continuent d'affirmer sa nécessité.⁴⁵

→ **Recommandation 45 : identifier plus fortement le Marais comme le « Gay Village » parisien par une signalétique appropriée (banderole/panneau de bienvenue) et l'accompagnement des commerçants volontaires (Rainbow Flag sur les devantures, etc.)**

→ **Recommandation 46 : Créer une grande œuvre d'art ou de Street art pour l'acceptation de l'autre avec une forte valeur symbolique qui rendrait hommage à la communauté LGBTIQ.**

b. Entretien du Marais LGBTIQ à l'international

Étant donné la tendance généralisée actuelle de la perte de vitesse des *Gay Villages* dans les grandes métropoles (Paris, Londres, Montréal, New York, San Francisco, etc.), il pourrait être envisagé de redynamiser certains de ces quartiers au niveau international.

Car si les métropoles nord-américaines et européennes sont victimes de ce même phénomène lié aux mêmes dynamiques de gentrification et d'ouverture de la société, d'autres villes dans des pays où la question LGBTIQ est plus récente, voient des quartiers LGBTIQ émerger comme à Bogota, Mexico, Pékin, Singapour, etc.

Mettre en réseau ces « vieux » et ces « jeunes » *Gay Villages* pourraient être une manière de redynamiser à l'échelle internationale ces quartiers, avec l'idée – comme la World Pride – d'une identité LGBTIQ qui transcende les frontières et les différences culturelles, ethniques, socio-économiques.

→ **Recommandation 47 : Intégrer ou proposer la création d'un « réseau » de *Gay Villages* via par exemple Rainbow Cities Network ou l'Inter-Pride, afin de redonner de la convivialité et un sens identitaire et inclusif au Marais LGBTIQ.**

⁴⁵ Sur ce sujet complexe, voire l'article « Les quartiers gays, une espèce en voie de fossilisation, mais pas d'extinction », 16/02/2015, Slate.fr : <http://www.slate.fr/story/97221/quartiers-gays-fossilisation>

4. Renforcer l'image festive de Paris

Le dynamisme des nuits parisiennes est un élément encore peu connu des touristes malgré des efforts en cours menés par la Ville de Paris et l'OTCP pour valoriser cette facette de Paris.

La communication de la plupart des soirées parisiennes « alternatives » passe principalement par les réseaux sociaux, ce qui rend l'accès à l'information relativement difficile pour les touristes qui ne connaîtraient pas les « tips » parisiens, d'autant plus que les soirées sont souvent présentées exclusivement en français sur les pages d'événements des réseaux sociaux, Facebook principalement.

Cette réalité est d'autant plus vraie pour les soirées LGBTIQ ou friendly, qui ne sont souvent connus que des « initiés », et que les touristes ont du mal à découvrir, en dehors des soirées du Marais (le Cud, le Cox, le Dépôt, le Tango, etc.), qui ne correspondent pas forcément à tous les goûts et à tous les âges.

Dans le cadre de ce rapport, une table ronde a été organisée, réunissant 15 organisateurs d'une vingtaine de soirées LGBTIQ ou friendly à Paris (cf. [annexe 3](#)). Cette table ronde a permis de mieux connaître la diversité des soirées mais aussi d'appréhender les nouvelles pratiques des noctambules, à la recherche de mixité, d'ouverture et d'une certaine qualité de la programmation, plutôt que d'un entre-soi.

Ainsi, les soirées « historiques » comme les Crazyvores/Follivores, côtoient à présent des soirées techno pointues comme la Menergy ou la Wet for Me, qui attirent de toute l'Europe des gays pour la première, et des lesbiennes pour la seconde. D'autres soirées comme la Mona, permettent de faire découvrir la scène Voguing et Wacking internationale ; tandis que les soirées Fierté Ours, s'adressent à un public très identifié.

a. Au niveau structurel de l'offre

Plusieurs constats ont été formulés au cours de cette table ronde et justifient une meilleure structuration de l'offre, non seulement pour faciliter la diffusion de l'information, mais aussi pour faciliter l'organisation de ces soirées par les organisateurs.

Le premier constat est celui de la séparation entre les populations du « jour » qui ont du mal à accepter la vie nocturne parisienne (associations de riverains notamment) et celles de la « nuit ».

Le second est la modification et la diversification des soirées qui peuvent s'expliquer par plusieurs raisons. Depuis les soirées fixes, dans des lieux, et des quartiers identifiés, l'offre s'est déplacée vers des soirées itinérantes, changeantes, éphémères, éparpillées aux quatre coins de la Capitale et au-delà dans le Grand Paris.

Ces changements de pratique s'expliquent d'une part, en raison de l'organisation des soirées en elles-mêmes :

- les soirées sont de plus en plus associatives ;
- très peu d'organiseurs font cette activité à plein-temps et la majorité exerce une profession à côté ;
- les chefs d'établissements de nuit connaissent peu le milieu artistique et alternatif ;

D'autre part, en raison du public et des organisateurs qui :

- suivent des soirées / des collectifs plutôt que des établissements ;
- sont de plus en plus versatiles et aiment changer d'endroits et avoir des propositions originales.

Afin de connaître les initiatives nouvelles, de mieux les accompagner et de proposer une communication plus étendue, en particulier pour les touristes, intégrer les organisateurs de soirées identifiées LGBTIQ et friendly volontaires au Conseil parisien de la Nuit pourrait être un bon moyen de mettre à jour régulièrement les agendas événementiels de la ville.

→ **Recommandation 48 : Intégrer les organisateurs identifiés de soirées LGBTIQ et friendly au Conseil parisien de la Nuit.**

b. Les lieux

Comme cela a été évoqué, les soirées sont de plus en plus itinérantes, ne s'identifient pas à des lieux fixes et en exploitent certains qui ne sont pas destinés à recevoir des soirées, qu'ils transforment pour l'occasion (parking, hangar, friche...). Pour certains, cette mobilité des lieux est une opportunité qu'il faut exploiter : chaque lieu représente une inspiration différente pour une soirée. Des soirées comme OTTO10, La Culottée ou la Sale, exploitent de plus en plus ces lieux alternatifs et éphémères où ils y affirment un certain esthétisme, une certaine liberté et créativité.

Par ailleurs, il n'y a plus un lieu de référence des soirées LGBTIQ comme cela a pu être le cas avec le Queen ou le Pulp dans les années 1990-2000.

Or, pour certains, avoir un lieu de référence comme le Berghain à Berlin peut être un moteur d'attractivité et une locomotive par son rayonnement pour les autres clubs/soirées.

Avoir un lieu identifié semble aussi important pour éviter les discriminations (il semble parfois difficile d'organiser certains événements très « LGBTIQ » dans certains établissements) en ayant un personnel formé ; mais aussi pour contrôler l'accessibilité, notamment en matière de prix.

Parallèlement, certaines communautés LGBTIQ restent particulièrement sensibles au fait d'avoir un lieu de sortie identifié et sécurisé. Par exemple, les lesbiennes qui sont soumises à des « risques » plus élevés en tant que femmes. Ou encore les personnes transgenres ou les communautés très identifiées (Bears, fétichistes, etc.) qui sont plus susceptibles d'être victimes de discriminations lors de la recherche de lieux pour l'organisation de leurs soirées. Un constat général : il y a un manque de lieux à Paris intramuros pour organiser des soirées de grande ampleur (+ de 1500 personnes) et investir des locaux du Grand Paris semble être une alternative de plus en plus partagée par les organisateurs, malgré les difficultés qui sont encore rencontrées avec les autorités locales.

→ **Recommandation 49 : Identifier un réseau de lieux pour accueillir des événements festifs et culturels LGBTIQ**

→ **Recommandation 50 : Faciliter la recherche et la mise à disposition de lieux dans Paris et dans la Métropole du Grand Paris et accompagner l'organisation d'événements en plein-air.**

c. Au niveau des infrastructures lourdes

Enfin, la nuit parisienne a également besoin pour se développer, de renforcer son réseau de transports nocturnes, en particulier pendant les grandes soirées festives et les fins de semaines.

Les applications de co-voiturage, mais aussi le renforcement des lignes de bus de nuit, les Noctiliens, ont largement contribué à faciliter les déplacements nocturnes des Parisien.ne.s et des Francilien.ne.s. Cependant, les efforts doivent être poursuivis dans le domaine des transports en commun lourds (métros, RER) dans la perspective du Grand Paris notamment.

Par ailleurs, certains événements annuels comme le Nouvel An ou la Fête de la Musique bénéficient du dispositif « grande nuit » qui met en service certaines lignes de métros et RER toute la nuit. Le même dispositif pourrait être mis en place le soir de la Marche des Fiertés LGBTIQ, qui reste la plus grande manifestation annuelle organisée à Paris, et qui comme

nous l'avons vu précédemment, se prolonge sur des festivités extérieures jusqu'à tard dans la nuit.

→ **Recommandation 51 : Solliciter le STIF pour bénéficier du dispositif « grande nuit » à l'occasion de la Marche des Fiertés.**

→ **Recommandation 52 : Intervenir auprès du STIF pour prolonger les horaires de transports en communs, en particulier en fin de semaine.**

Les 52 recommandations pour faire de Paris, la capitale des droits LGBTIQ et du tourisme « *LGBTIQ friendly* » dans le monde

→ Recommandation 1 : Organiser à Paris un événement annuel pour distinguer les personnalités LGBTIQ qui se battent notamment à l'international pour l'avancée des droits LGBTIQ.

→ Recommandation 2 : Diffuser auprès des partenaires de la Ville de Paris le guide annuel publié par SOS Homophobie.

→ Recommandation 3 : Soutenir la création d'une cellule d'accueil spécialisée pour les victimes de violences et de discriminations LGBTIQphobes, en lien avec la Préfecture.

→ Recommandation 4 : Soutenir des campagnes de communications dans les commissariats et dans les lieux de sorties LGBTIQ, en collaboration avec Flag !, afin d'inciter les personnes victimes de discriminations et de violences LGBTIQphobes à faire valoir leurs droits, en diffusant la carte postale avec la liste des permanences juridiques du Réseau Parisien de Repérage des Discriminations (RéPaRe).

→ Recommandation 5 : Inciter tous les partenaires de la Ville de Paris à s'inscrire dans des initiatives comme la Charte de l'Autre Cercle ou la charte d'accueil des personnes transgenres en milieu sportif rédigée par la FSGL et Acceptess-T.

→ Recommandation 6 : Sanctuariser la date de la Marche des Fiertés au dernier samedi du mois de juin.

→ Recommandation 7 : Coordonner l'action de tous les partenaires en créant une association type *Paris sans sida* qui les rassemble autour de la Ville de Paris, l'Inter-LGBT, le Centre LGBT, l'Office de Tourisme, la Préfecture de Police, le ENIPSE et des grandes entreprises, sous forme d'une structure associative.

→ Recommandation 8 : Renforcer le soutien budgétaire de la Ville de Paris à la Marche des Fiertés LGBTIQ, de manière progressive.

→ Recommandation 9 : Accompagner l'Inter-LGBT pour solliciter des financements de l'État ou davantage de financement de la Région compte tenu de la dimension nationale et régionale de l'événement.

→ Recommandation 10 : Mettre à disposition les salons de l'Hôtel de Ville pour l'organisation du lancement de la Marche.

→ Recommandation 11 : Installer les couleurs du *Rainbow Flag* sur les bâtiments emblématiques : Tour Eiffel, toutes les mairies d'arrondissement et autres bâtiments publics, passages piétons, bancs, itinéraire de la Marche...

→ Recommandation 12 : Solliciter les opérateurs de transports pour pavoiser leurs infrastructures aux couleurs du *Rainbow Flag* (stations de métro, bus, abris-bus, gares, aéroports).

→ Recommandation 13 : Financer un char de la Ville de Paris durant la Marche des Fiertés LGBTIQ.

→ Recommandation 14 : Développer la Quinzaine des Fiertés en soutenant une programmation riche, diverse et accessible.

→ Recommandation 15 : Inciter les grands acteurs privés à s'associer à la programmation liée à la Marche des Fiertés LGBTIQ.

→ Recommandation 16 : Proposer aux associations d'animer un village associatif sur le parvis de l'Hôtel de Ville pendant la Quinzaine des Fiertés LGBTIQ.

→ Recommandation 17 : Promouvoir une/des soirée(s) de clôture officielle(s) qui serai(en)t organisée(s) à l'issue de la Marche des Fiertés LGBTIQ.

→ Recommandation 18 : Solliciter auprès de la Préfecture de Police, la pérennisation de la piétonisation de l'ensemble du Marais et la rue du Général Renault le soir de la Marche des Fiertés LGBTIQ.

→ Recommandation 19 : Échanger avec l'OTCP sur la réalisation d'une vidéo promotionnelle annuelle de la Marche des Fiertés avec un plan de diffusion à l'international, notamment sur les vols Air France.

→ Recommandation 20 : Assurer la promotion de la Marche des Fiertés de Paris dans les autres Marches internationales par la présence d'un char parisien ou d'un stand « Paris LGBTIQ-Friendly » dans les rencontres internationales sur les sujets LGBTIQ.

→ Recommandation 21 : Créer un groupe de travail, au sein de l'association proposée par la recommandation 7, pour candidater à l'accueil des événements internationaux LGBTIQ à Paris.

→ Recommandation 22 : proposer un forum d'entreprises innovantes LGBTIQ ou participer à un forum existant.

→ Recommandation 23 : Intégrer l'IGLTA et/ou le GETA.

→ Recommandation 24 : Soutenir matériellement l'Inter-LGBT, si elle désire intégrer l'Inter-Pride et/ou l'EPOA.

→ Recommandation 25 : Investir la date symbolique du 14 juillet en accompagnant l'organisation d'un grand bal LGBTIQ sur les berges de Seine.

→ Recommandation 26 : Investir les Semaines de la Mode pour inciter à l'organisation de grands événements LGBTIQ.

→ Recommandation 27 : Réaliser une étude sur le tourisme LGBTIQ à Paris, la typologie, les profils socio-économiques, les activités liées et leurs impacts économiques, en partenariat avec l'Observatoire du Tourisme de l'OTCP.

→ Recommandation 28 : Réunir les professionnels du tourisme et les organisateurs d'événements LGBTIQ pour créer une culture commune

→ Recommandation 29 : Faire contribuer les organisateurs d'événements socio-culturels LGBTIQ à la création d'une base de données pour promouvoir l'offre parisienne par l'édition d'un agenda, d'une cartographie et/ou un guide touristique officiel et bilingue mis à jour régulièrement.

→ Recommandation 30 : améliorer la communication et la promotion des événements LGBTIQ sur l'ensemble des réseaux et supports de la Ville de Paris

→ Recommandation 31 : Développer une stratégie de communication numérique spécifique sur l'angle LGBTIQ.

→ Recommandation 32 : Organiser un voyage de presse pour les grands événements parisiens LGBTIQ, en partenariat avec l'OTCP.

→ Recommandation 33: Créer ou promouvoir un label existant pour identifier les établissements touristiques et culturels qui sont engagés dans une démarche d'accueil *LGBTIQ-friendly*.

→ Recommandation 34 : Identifier une personne ressource à la Ville de Paris pour suivre la mise en œuvre du rapport.

→ Recommandation 35 : Inciter les réseaux de partenaires labellisés à développer un outil de marketing affinitaire qui permette d'accéder à une offre d'activités spécifiques.

→ Recommandation 36 : Créer un kiosque d'informations consacré au tourisme LGBTIQ.

→ Recommandation 37: développer et favoriser les offres d'hébergements « alternatifs » et « petits budgets ».

→ Recommandation 38 : Accompagner et valoriser des initiatives nouvelles ou encore peu structurées qui promeuvent la diversité et la reconnaissance des droits de tous les LGBTIQ (visibilité, mise à disposition de locaux associatifs, accueil d'événements, etc.).

→ Recommandation 39 : Accompagner les associations de lutte pour les droits des personnes transgenres, à travers l'organisation d'un événement « Miss Queen France », qui serait l'occasion de promouvoir les droits des personnes transgenres.

→ Recommandation 40 : Inclure des éléments de la mémoire LGBTIQ dans le réseau de « pelles historiques » de la Ville de Paris.

→ Recommandation 41 : Créer un circuit historico-touristique LGBTIQ avec Paris Gay Village.

→ Recommandation 42 : Mobiliser l'État pour que soit créé rapidement un monument de la mémoire LGBTIQ, grâce à l'appui de la Ville de Paris.

→ Recommandation 43 : Achever le travail de recensement et d'identification des archives liées à l'histoire LGBTIQ et encourager à ce que l'État s'investisse dans la gouvernance d'un centre d'archives ou un musée des histoires LGBTIQ. Mobiliser un maximum de collectivités territoriales sur le territoire du Grand Paris pour accueillir un tel site.

→ Recommandation 44 : Renommer/nommer certaines rues, places, équipements, parcs, stations de métros ou de bus, etc. en l'honneur de personnalités LGBTIQ.

→ Recommandation 45 : identifier plus fortement le Marais comme le « Gay Village » parisien par une signalétique appropriée (banderole/panneau de bienvenue) et l'accompagnement des commerçants volontaires (Rainbow Flag sur les devantures, etc.).

→ Recommandation 46 : Créer une grande œuvre d'art ou de Street art pour l'acceptation de l'autre avec une forte valeur symbolique qui rendrait hommage à la communauté LGBTIQ.

→ Recommandation 47 : Intégrer ou proposer la création d'un « réseau » de *Gay Villages* via par exemple Rainbow Cities Network ou l'Inter-Pride, afin de redonner de la convivialité et un sens identitaire et inclusif au Marais LGBTIQ.

→ Recommandation 48 : Intégrer les organisateurs identifiés de soirée LGBTIQ et friendly au Conseil parisien de la Nuit.

→Recommandation 49 : Identifier un réseau de lieux pour accueillir des événements festifs et culturels LGBTIQ.

→Recommandation 50 : Faciliter la recherche et la mise à disposition de lieux dans Paris et dans la Métropole du Grand Paris et accompagner l'organisation d'événements en plein-air.

→Recommandation 51 : Solliciter le STIF pour bénéficier du dispositif « grande nuit » à l'occasion de la Marche des Fiertés.

→Recommandation 52 : Intervenir auprès du STIF pour prolonger les horaires de transports en communs, en particulier en fin de semaine.

Remerciements

Je tiens tout particulièrement à remercier la Maire de Paris, Anne Hidalgo, de m'avoir missionné, et de vouloir avec tant de détermination que la capitale soit une ville inclusive.

Merci à toutes celles et tous ceux qui ont accepté d'être auditionnés et qui sont à l'origine de ces 52 recommandations.

Merci enfin, et du fond du cœur, à Inès Amrani⁴⁶ et à Gilles Sredic⁴⁷ qui ont porté cette mission à mes côtés avec détermination et professionnalisme. Sans eux, cette mission n'aurait pu aboutir.

Jean-Luc Romero-Michel

⁴⁶ Étudiante en Master 2 à l'IHEAL, chargée de mission à la DAE –Mission Partenariats et Tourisme

⁴⁷ Chargé de mission au cabinet de Bruno Julliard, premier adjoint à la Culture

Je tiens également à remercier toutes les personnes qui ont pris le temps de me rencontrer et m'ont permis de réaliser ce rapport :

Sarah Alby

Johan Amaranthe

Patrick Badard

Brian Scott Bagley

Yannick Barbe

Dirk Baumgartl

Yoann Beaudet

David Belliard

Anne Beniguel

Hélène Bidard

Bruno Blossier

Vincent Boileau-Autin

Flora Bolter

Nicolas Bonnet

Jean-Sébastien Boudreault

Benoit Breton

Julien Brunel

Gilles Bry

Mickael Bucheron

Thierry Charlois

Frederic Chaumont

Alice Coffin

Benoit Chaffois

Jean-Charles Colin

Aladdin Charni

Fany Coral

Suzanne Coronel

Clément Dallex Mabile

Jean-René Dedieu

Catherine Dehay
Omar Didi
Ludovic Dunod
Denis Erhart
Pierre Ernoult
Irène Exiga
Catherine Facerias
Aubry Fargier
Clara Fayard
Mike Fédée
Rémi Féraud
Dominique Feutry
Pascal Fonquernie
Aurore Foursy
Anne-Claire Gallet
Gilles Garnier
Dimitri Gasulla
Yann Gauthier
Sébastien Gidon
Christophe Girard
Aja Barbo Gruden
Stéphanie Gourdon
Jiawey Guo
Frédéric Hocquart
Ann-Katrin Jego
Laurent Jourdain
Bruno Julliard
Thomas Kasmi
Youcef Khemissi
Nathalie Kosciusko-Morizet
Fabien Kratz
Ragnild Lafon (Rag)

Clément Laloux
Philippe Lasnier
Hervé-Joseph Lebrun
Fabrice Le Parc
Cyril Legann
Anne Le Moal
Alexandre Liot
Nicolas Maalouly (La Méchante)
Sophie Mandrillon
Julien Maquaire
Christophe Martet
Jean-François Martins
Clark Massad
Michel Mau
Mathilda Meerschart
Maxime Messenger (Maxime Iko)
Michel Michel
Manuel Picaud
Quentin Picquenot
Eric Pineault
Estelle Prudent
Laurent Queige
Raphael René-Bazin
Marianne Revoy
Marc Rigollet
Giovana Rincon
Stev Romani Soccoro
Ed Salvato
Pierre Schapira
Emmanuelle Sebban
Jean-Bernard Senon
Gérard Siad

Vincent-Viktoria Strobel

Jack T

Jean-Marie Vernat

Christophe Vix-Gras

Nicolas Vu Hoang (Nick V)

Jérôme Walczak-Capèle

Christof Wittig

Fahd Zhar

Ainsi que les représentants des associations :

AMG

Aquahomo

Beit Haverim

Le Cœur des Melomen

SOS Homophobie

OUTrans

Calendrier des grands événements récurrents et à venir

Événements LGBTIQ Paris 2017-2018

L'agenda événementiel LGBTIQ à Paris s'annonce très riche en 2018 avec la tenue, en plus des grands événements habituels, de grands événements d'ampleurs européennes et internationales, qui vont donner une visibilité particulière à la Capitale française sur ces sujets.

Afin de valoriser au mieux ces événements, en termes de communication et d'accueil, voici une liste (non-exhaustive) des principaux rendez-vous à couvrir.

Grands événements récurrents :

❖ **Le festival des Cultures LGBT**

Date : entre fin janvier et mi-février

Durée : 3 semaines

Organisateur : Centre LGBT, Paris Ile-de-France

Lieux : multiples (mairies, musées, bibliothèques, galeries, bars, péniches...)

Nombre de participants :

Site internet : <http://www.festivaldescultureslgbt.org/fr>

Description : le festival des cultures LGBT est organisé depuis 2016. Ce festival a pour but de promouvoir la « richesse et la diversité des cultures LGBT à Paris et en Ile-de-France ». Plus de 40 projets culturels, artistiques et conférences, et 10 soirées festives ont été organisés durant l'édition 2017, dans plus de 20 lieux.

Contact : Centre LGBT Paris, Ile-de-France

Flora Bolter, co-présidente: copresidence@centrelgbtparis.org

Jean-Charles Colin, co-président: copresidence@centrelgbtparis.org

❖ **Le Printemps des Assocés**

Date : fin mars

Durée : un week-end

Organisateur : Inter-LGBT

Lieux : Halle des Blancs Manteaux, Paris 4^e

Nombre de participants : 100 associations et 5000 visiteurs

Site internet : <https://www.inter-lgbt.org/printemps-des-assoces/>

Description : Cet événement existe depuis 18ans. C'est le premier salon LGBT+ de France, avec chaque année plus de 100 associations participantes et 5000 visiteurs. Il regroupe, ateliers, conférences-débats, activités diverses, stand de prévention...

Contact : Inter-LGBT

Aurore Foursy, présidente : aurore.foursy@inter-lgbt.org

❖ **Journée Mondiale contre l'Homophobie et la Transphobie**

Date : 17 mai

Durée : un jour

Organisateur : IDAHO (International Day Against Homophobia and Transphobia)

Lieux :

Nombre de participants :

Site internet : <http://dayagainsthomophobia.org/>

Description : Cette journée est organisée par plus de 60 pays à travers le monde depuis 2005. Des associations de chaque pays organisent des actions visant à sensibiliser sur les sujets de l'homophobie et de la transphobie. Le rapport de la mission LGBT confiée à M. Romero prévoit l'organisation d'un événement d'ampleur internationale (remise de prix à des personnes LGBT qui militent pour leurs droits dans des pays où l'homophobie est encore condamnée) à Paris. 1^{ère} édition à voir si possible en 2017

Contact :

❖ **Tournoi International de Paris (TIP)**

Date : début juin

Durée : 3 jours

Organisateur : FSGL (Fédération Sportive Gaie et Lesbienne)

Lieux : Divers

Nombre de participants : 2300 sportifs

Site internet : <http://paris-tournament.com/fr/accueil/>

Description : Tous les ans depuis 2004, la FSGL organise le TIP, un tournoi multisport (une trentaine de disciplines) qui réunit près de 2300 participants. Le tournoi est ouvert à tous et encourage la pratique du sport sans discrimination. Le TIP est un partenaire privilégié des Gay Games. D'ailleurs, exceptionnellement, il ne sera pas organisé en 2018, année des Gay Games.

Contact : FSGL

Jérôme Walczak-Capèle, vice-président en charge de l'inclusion : inclusion@fsgl.org

❖ **Marche Existrans**

Date : mi-octobre

Durée : 1 journée

Organisateur : Collectif Existrans

Lieux : départ dépend des années (Belleville, Stalingrad, Bastille, Hôtel de Ville...)

Nombre de participants : 1000 - 1500

Site internet : <http://existrans.org/>

Description : Marche organisée chaque année depuis 1997. Elle porte les revendications des personnes transidentitaires et intersexes. Son nom complet est « Existrans, la marche des Trans et Intersexes et de celles et ceux qui les soutiennent ». Elle s'accompagne normalement d'une soirée post-marche qui a lieu le plus souvent à La Mutinerie (Bar LGBT, Paris 3^e)

Contact : Collectif Existrans

Giovana Rincon Murillo, présidente: giovanar91@hotmail.com

❖ **Queer Week**

Date : courant mars

Durée : 1 semaine

Organisateur : Association Queer Week

Lieux : divers (locaux de Sciences Po Paris principalement, bars, clubs...)

Nombre de participants : plusieurs milliers (5000 sur les réseaux sociaux)

Site internet : <http://www.queerweek.com/#>

Description : Festival né à l'initiative d'élèves de Sciences Po Paris il y a 8ans, il propose conférences, débats, ateliers, projections de films, expositions et soirées sur le thème de la culture Queer.

Contact : Queer Week

Clément Dallex Mabile, chargé de production : queerweekscpo@gmail.com

❖ **Festival Chéries, Chéris**

Date : mi-novembre

Durée : 1 semaine

Organisateur : Cyril Legann, Hervé Joseph Lebrun, Olivia Chaumont

Lieux : MK2 (Bibliothèque, Beaubourg, Quai de Seine, Quai de Loire...)

Nombre de participants : 7200 spectateurs (2014)

Site internet : <http://cheries-cheris.com/>

Description : Le festival international du cinéma LGBTQ+ de Paris qui organise en 2017 sa 23^e édition. Son ampleur lui permet d'acheter et de diffuser des films et documentaires inédits, afin de proposer une programmation exclusive et pointue. Ils organisent également tous les mois (un lundi par mois) les « Avant-premières Chéries-Chéris » où ils diffusent un grand film sélectionné en avant-première.

Contact : Festival Chéries, Chéris

Cyril Legann, Président : cyril.legann75@gmail.com

Hervé-Joseph Lebrun, Délégué Général : hervejosephlebrun@gmail.com

❖ **Festival Cineffable**

Date : Début novembre

Durée : 5 jours

Organisateur : association Cineffable

Lieux : Espace Reuilly (édition 2016)

Nombre de participants : 1500 visiteurs

Site internet : <https://www.cineffable.fr/fr/edito.htm>

Description : Festival du film lesbien est féministe. Il a la particularité d'être non-mixte (ouvert seulement aux femmes) et entièrement accessible aux personnes malentendantes et sourdes

(l'ensemble des films est sous-titrés et des interprètes en langues des signes sont présents à chaque débat). Ce sera le 29^e Festival en 2017.

Contact : Festival Cineffable

Anne Beniguel, trésorière : contact@cineffable.fr

❖ **Fiertés Ours**

Date : fin mai

Durée : 5 jours

Organisateur : Les Ours de Paris

Lieux : Multiples (bar le Bear's Den, club La Dépôt, péniche, parcs...)

Nombre de participants : 800 personnes pour la soirée finale

Site Internet : <http://fierteoursparis.com/Accueil>

Description : Chaque année, depuis 2008, l'association organise durant le week-end de l'Ascension, un mini-festival destiné à la communauté ours, avec pique-niques, expositions, soirées, croisières, et à la fin, l'élection de « Monsieur Ours ». D'autres événements sont organisés par l'association tout au long de l'année, notamment à l'occasion de grandes fêtes (Noël des Ours, Galettes des Ours, etc.)

Contact : Fierté Ours

Nicolas Maalouly, organisateur : nicolas.maalouly@gmail.com

❖ **Marche des Fiertés**

Date : dernier samedi de juin

Durée : 1 journée (mais projet de Semaine voire Quinzaine des Fiertés)

Organisateur : Inter-LGBT

Lieux : Bastille, République...

Nombre de participants : 500 000

Site Internet : <https://www.inter-lgbt.org/marche-des-fiertés/>

Description : Depuis 1981, la Marche des Fiertés est organisée à Paris et regroupe une grande partie des associations LGBTIQ+ dans une ambiance revendicative et festive. A la fin est organisé un grand Podium où concerts et interventions sont organisés.

Contact : Inter-LGBT

Aurore Foursy, présidente : aurore.foursy@inter-lgbt.org

❖ **Quinzaine des Fiertés**

Date : 9 – 25 juin

Durée : 15 jours

Organisateur : Inter-LGBT

Lieux : Divers

Nombre de participants :

Site Internet : <https://www.inter-lgbt.org/la-quinzaine-des-fiertés/>

Description : En 2016, pour la première fois, l'Inter-LGBT a lancé la Quinzaine des Fiertés. Durant deux semaines, une programmation variée est proposée pour promouvoir la diversité dans un esprit à la fois festif et militant. Les événements sont ouverts à tous, et pour la première fois en 2017, les structures privées et institutionnelles peuvent y participer en proposant des événements en rapport avec la Quinzaine.

Contact : Inter-LGBT

Aurore Foursy, présidente : aurore.foursy@inter-lgbt.org

❖ **Paris Black Pride**

Date : 14 - 16 juillet

Durée : 3 jours

Organisateur : Paris Black Pride

Lieux : Divers

Nombre de participants :

Site Internet : <http://www.parisblackpride.org/>

Description : Festival des cultures afrodescendantes LGBTIQ à Paris. La première édition a eu lieu en 2016, mettant à l'honneur Joséphine Baker et James Baldwin. La Paris Black Pride fait partie d'un réseau international de Black Prides qui est né dans les années 90 aux Etats-Unis. La Paris Black Pride attire des visiteurs de toute la France, mais aussi le public de la UK Black Pride et de la US Black Pride.

Contact : Paris Black Pride

Johan Amarante, co-fondateur et président : johan.amaranthe@gmail.com

❖ **Out d'Or**

Date : 29 juin

Durée : 1 jour

Organisateur : AJL

Lieux : La Maison des Métallos

Nombre de participants :

Site Internet :

Description : 1^{ère} édition d'une cérémonie de remise de prix journalistiques / médiatiques. Le projet réuni déjà des partenaires de grandes envergures (TF1, France Télévision, l'INA, Facebook, Instagram, etc.) et sera rediffusée en direct à la télévision nationale. Elle permettra de récompenser des personnalités et des médias, de manière positive sur des sujets LGBTIQ. La soirée sera accompagnée d'une campagne d'affichage pour combattre les discriminations LGBTIQ.

Contact : AJL

Alice Coffin, co-présidente : aecoffin@gmail.com

❖ **Festival Loud and Proud**

Date : 6 – 9 juillet

Durée : 4 jours

Organisateur : Fany Coral (Kill the Dj Records) ; Benoît Rousseau (Conseiller artistique de la Gaîté Lyrique)

Lieux : La Gaîté Lyrique

Nombre de participants :

Site Internet : <https://gaite-lyrique.net/loud-proud-2017>

Description : 2^e édition du festival des cultures Queer (la 1^{ère} édition avait eu lieu en 2015 à Paris, Nantes et Lyon), axé autant sur les milieux artistiques et musicales que sur des débats. La programmation prévoit des concerts, ateliers, performances, rencontres et projections, mais aussi une grosse soirée avec des DJ internationaux.

Contact : La Gaîté Lyrique

Fany Coral, organisatrice : fany@killthedj.com

Grands événements 2018

❖ **EGPA 2018**

Date : 27-29 juin

Durée : 3 jours

Organisateur : FLAG ! (Association française des policiers et gendarmes LGBT)

Lieux : Hôtel de Ville

Nombre de participants : 200 policiers et gendarmes européens

Site internet : <http://flag-asso.fr/>

Description : Paris a été choisie pour accueillir les rencontres européennes des Associations de Policier(e)s gays et lesbiens (EGPA). Conférences internes qui prévoit d'accueillir plus de 200 policier(e)s de 15 pays Européens afin d'échanger et de comparer les avancées mais aussi les efforts qu'il reste à faire sur les traitements des communautés LGBT en interne et en externe.

Contact : FLAG !

Mickael Bucheron, président : mickael.bucheron@flagasso.com

❖ **Gay Games - Paris 2018**

Date : 4-12 août

Durée : 9 jours

Organisateur : Association Paris 2018

Lieux : Paris et toute l'Île de France (stades, parcs, gymnases, bases de loisirs...)

Nombre de participants : 15 000 sportifs et 40 000 visiteurs attendus

Site internet : <https://www.paris2018.com/>

Description : La 10^e rencontre des Gay Games aura lieu à Paris en 2018 et prévoit d'accueillir 15 000 participants et plus de 40 000 visiteurs. C'est la plus grande rencontre sportive internationale qui promeut l'inclusion et combat toutes les formes de discriminations. 55 lieux dans Paris et dans toute l'Île de France sont prévus pour accueillir cet événement international, première fenêtre de visibilité vers Paris 2024.

Contact : Paris 2018

Manuel Picaud, co-président: president@paris2018.com

❖ **Mister Leather Europe 2018**

Date : 13 octobre

Durée : 1 journée

Organisateur : ASMF et ECMC

Lieux : Halle des Blancs Manteaux

Nombre de participants : 400

Site internet : <http://www.asmf-gay.fr/ecmc>

Description : Dîner de gala d'une soirée européenne devant réunir environ 400 personnes. Il est organisé à l'occasion de l'élection de « *Mister Leather Europe* ». Ces associations organisent de nombreux événements tout au long de l'année autour des thématiques fétichistes cuirs, notamment l'organisation des « *Mister Leather* » qui se conclut par l'élection d'un « *International Mister Leather* »

Contact : ASMF et ECMC

Bruno Blossier, président ASMF : brunoleatheraddict@gmail.com

Laurent Jourdain, délégué ECMC : lorenzo.asmfparis@orange.fr

Calendrier événements LGBTIQ 2017

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
1												
2						2-4 juin: Tournoi International de Paris (TIP)					2-5 novembre: Festival Cineffable	
3												
4												
5												
6							6-9 juillet: Festival Loud and Proud					
7												
8		...au 17 février: Festival des Cultures LGBT (Centre LGBT)										
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16							14-16 juillet: Paris Black Pride					
17			10-18 mars: Queer Week		17 mai: Journée mondiale contre l'homophobie	9-25 juin: Quinzaine des Fiertés						
18					18 mai: inauguration de la promenade Coccinelle							
19												
20												
21												
22												
23												
24						24 juin: Marche des Fiertés						
25			25-26 mars: Printemps des Assocés (Inter-LGBT)		24-28 mai: Fierté Ours							
26												
27												
28												
29	du 27 janvier...					29 juin: 1ère édition des Out d'Or						
30												
31												

Calendrier événements LGBTIQ 2018

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10		...au 17 février: Festival des Cultures LGBT (Centre LGBT)										
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18					17 mai: Journée mondiale contre l'homophobie							
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
26												
27												
28												
29												
30												
31												

Les contributions des groupes politiques auditionnés

Groupe Communiste – Front de Gauche

Contribution du groupe communiste front de gauche au rapport demandé à Jean-Luc Romero pour « valoriser le tourisme lié à la culture LGBT » :

Le groupe communiste front de gauche a toujours été très sensible à la thématique LGBT. Faut-il rappeler qu'Henri Malberg a été le premier des dirigeants communistes à participer à la Gay Pride avant même la création d'un collectif national sur cette question au sein de notre parti.

Une mobilisation sans faille sur les thématiques liées au SIDA et aux discriminations, des élus engagés comme Hélène Bidard, que la délégation amène à rencontrer et à travailler avec l'ensemble du réseau associatif sur ces questions encore plus prégnantes dans notre capitale que dans d'autres villes de France.

Une récente enquête démontre que la population qui se revendique lgbt est deux fois plus importante à Paris que dans le reste de la France.

Nous pensons que pour bien accueillir la population touristique lgbt, il convient d'abord que les personnes lgbt parisiennes se sentent bien dans leur propre ville.

L'aide au tissu associatif reste donc essentiel, il convient que celles-ci puissent organiser leur avenir sans avoir l'angoisse de la diminution ou de la disparition de leurs subventions. Paris n'a pas failli, en revanche la Région a déjà réduit la voilure depuis la victoire de Madame Péresse.

Paris reste une ville refuge pour les lgbt de banlieue ou de province, esprit de tolérance et de liberté font de notre capitale un lieu plus sûr que d'autres régions de France. Mais qui n'est pas à l'abri de comportements, de propos ou d'actes lgbtphobes.

L'aide et l'accueil de celles et ceux qui choisissent Paris doit rester entière. Cela vaut en particulier pour les jeunes garçons ou filles en rupture familiales qui doivent trouver ici un réseau de soutien et de protection.

Notre pays a toujours fait le choix de l'universalité des droits ce fut le cas du PACS comme de l'élargissement du droit au mariage. Contrairement à d'autres pays comme la Grande Bretagne qui a créé, par exemple, des services communautaires dédiés comme dans la police, l'administration française et l'administration parisienne se doivent de mieux former tous les agents qui ont contact avec le public aux questions lgbt.

Les policiers en particulier, les services de secours et les agents de la ville. Une ville ne peut bien accueillir toutes et tous que si elle est formée aux problématiques spécifiques de tel ou tel groupe social.

Nous pensons donc que les touristes étrangers comme les visiteurs de province doivent pouvoir être reçu dans de bonnes conditions. Cela signifie que la lutte contre les stéréotypes et les discriminations doivent être un axe essentiel de la formation des agents.

Il convient aussi dans la logique touristique qui est la nôtre à Paris, de ne pas privilégier le seul tourisme à haut pouvoir d'achat, mais bien d'accueillir les étudiant-es ou les jeunes salarié-es qui doivent pouvoir trouver à se loger sans grever leur budget. Nous savons tous que l'hôtellerie et les meublés touristiques restent chers, de plus ils ne sont pas forcément adaptés à une jeunesse qui souhaite s'amuser et faire la fête.

Il convient que des offres de « vraies auberges de jeunesse » puissent encore se créer à Paris et qu'elles ne soient pas concurrencées par de l'hôtellerie low coast, qui ne rend pas les mêmes services qu'une auberge, qui a une philosophie du partage et de la participation.

Quant à la vie nocturne et aux difficultés qu'elle peut connaître pour se développer il convient de réfléchir à l'installation de lieux associatifs et éphémères comme cela se fait en Italie à l'initiative de l'association « ARCI GAY ». Cette fidélisation d'un tourisme par le biais de

l'adhésion à un coût même symbolique à des lieux de loisirs et de fêtes est peut être une piste à creuser.

Enfin comme notre groupe l'a porté pour Coccinelle et Françoise Mallet Joris il est important que des espaces publics parisiens portent le nom de personnalités qui ont marqué l'histoire du mouvement LGBT.

Une ville qui sait rendre hommage à celles et ceux qui ont marqué sa vie est une ville accueillante.

Contribution du groupe UDI-MoDem à la mission relative à l'attractivité de Paris auprès des personnes LGBT

Plusieurs études menées en Europe et aux Etats-Unis montrent que les personnes se revendiquant LGBT ont tendance non seulement à voyager plus que la moyenne, mais aussi à consacrer des budgets plus importants au tourisme. Le développement de l'attractivité de Paris auprès des personnes LGBT représente ainsi une opportunité intéressante pour le tourisme parisien, tant en terme de retombées économiques et de convivialité que de promotion des valeurs universelles de respect et de tolérance. Valeurs que Paris, capitale du pays des Droits de l'Homme, se doit de porter et de défendre.

Conscientes de ces enjeux, de nombreuses villes telles que Montréal, Berlin, Londres, Madrid ou encore Tel Aviv ont su faire preuve de créativité et investir afin de développer une offre structurée à destination des personnes LGBT, notamment autour de la marche des Fiertés.

Pendant ce temps, alors que la culture LGBT reste très présente et active à Paris, notamment dans le cadre de la vie nocturne, la Ville n'a pas su adapter son offre touristique et de nombreux lieux et événements restent trop peu connus pour faire de Paris un fer de lance du tourisme LGBT. C'est pourquoi les élus du groupe UDI-MoDem du Conseil de Paris soutiendront toutes les mesures qui viseront à améliorer aussi bien la richesse que la visibilité des événements liés à la culture LGBT à Paris. A ce titre, la Quinzaine des Fiertés, ou encore le Congrès des policiers européens LGBT et les Gays Games en 2018 devront permettre à la Ville d'accroître l'attractivité et la notoriété de la culture LGBT parisienne dans le monde.

Le groupe UDI-MoDem propose aussi de profiter de la fashion-week, vitrine internationale pour la ville de Paris, pour faire rayonner et promouvoir la culture LGBT parisienne. De même, il souhaite que soit menée une réflexion spécifique pour donner un nouveau souffle au quartier du Marais. Ce quartier subit en effet

un phénomène de nouvelle gentrification – les grandes enseignes de luxe remplaçant des petits commerces et des commerces de proximité – et d'augmentation importante des loyers qui ont tendance à modifier sa nature alors qu'il est internationalement reconnu comme le berceau historique de la culture LGBT à Paris.

Le groupe UDI-MoDem souhaite enfin que soit mis en place, par l'intermédiaire du site de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris ou d'un site dédié, un réel portail d'information sur la culture LGBT à Paris, lequel pourra référencer aussi bien les événements et lieux consacrés à cette culture, que les établissements dits « friendly ».

En parallèle aux mesures visant à renforcer le tourisme LGBT à Paris, les élus du groupe UDI-MoDem souhaitent promouvoir la défense des droits des personnes LGBT. Paris est une ville ouverte et accueillante, à ce titre, elle se doit d'être le porte-étendard du respect des droits des LGBT ainsi que de la lutte contre les discriminations. C'est pourquoi Le groupe UDI-MoDem apportera son soutien non seulement aux initiatives visant à faire de Paris la capitale des droits LGBT, mais aussi aux actions de sensibilisation qui pourront être mises en œuvre dans le cadre de la Journée internationale contre l'homophobie et la transphobie le 17 mai.

Les élus du groupe UDI-MoDem saluent l'initiative de la Maire de Paris et remercient Jean-Luc ROMERO d'avoir pris le temps d'un échange constructif avec le groupe et du travail accompli dans le cadre de la préparation de son rapport. Le groupe UDI-MoDem soutient la démarche visant à renforcer l'attractivité de Paris auprès des personnes LGBT et à promouvoir leurs droits. Il restera un partenaire constructif dans la mise en œuvre de ces projets.



Rapport

Quelle identité LGBT pour la Ville de Paris ?

Préconisations du groupe « Radical de Gauche, Centre et Indépendants » au Conseil de Paris

L'identité LGBT des villes se transforme avec l'évolution de la perception de l'homosexualité dans la société. Autrefois marginalisée et ostracisée, l'homosexualité, est aujourd'hui majoritairement acceptée, même si des mouvements réactionnaires continuent d'attaquer les droits et l'identité des personnes LGBT. Paris, métropole ouverte à la diversité, a su accueillir les communautés LGBT, et renforce depuis de nombreuses années des politiques publiques qui témoignent de cette engagement sans volonté de communautarisme.

Mme la Maire de Paris a confié à M. Romero, adjoint à la culture du 12^{ème} arrondissement, une mission pour valoriser le tourisme lié à la culture LGBT dans la capitale. Le groupe Radical de Gauche, Centre et Indépendants, sans donné de réponses complètes et définitives, a souhaité soumettre à la mission quelques pistes de réflexions qui nous semble importantes.

L'esprit de nos préconisations est que le tourisme lié à l'identité LGBT ne peut être attractif que si des politiques publiques liées aux personnes LGBT sont mises en place de manière globale. Des mesures spécifiques peuvent être mise en place, mais Paris se doit surtout d'être accueillante toute l'année, pour ses visiteurs, comme pour ses habitants.

Préconisations :

- ✓ **Définir l'identité LGBT de la Ville de Paris en prenant bien en compte les personnes lesbiennes, gays, bis, transgenres, intersexes et queers, afin de bien parler à l'ensemble des publics LGBT ;**

- ✓ **Développer des critères de « bon accueil » :**
 - Renforcer l'image touristique « gay friendly » en lançant un kiosque d'informations consacré au tourisme LGBT (modèle du *PinkPoint* à Amsterdam). Bien s'adresser à l'ensemble des publics LGBT et pas seulement au public gay ;
 - Réfléchir à un même point d'accueil sous format numérique ;
 - Lancer une campagne d'information auprès des médias spécialisés sur l'action de la ville (et des opérateurs touristiques).

- ✓ **Sur le dynamisme des associations :**
 - Continuer le soutien au tissu associatif LGBT parisien et aider à leur visibilité via une plateforme numérique spécifique (en lien sur le site paris.fr)

- ✓ **Sur les lieux de sorties et l'offre culturelle LGBT**
 - Lancer un groupe de travail avec les commerçants et lieux de nuits LGBT du Marais pour organiser des festivités et réaffirmer l'identité du quartier (exemple du village gay de Montréal)

- ✓ **Travailler sur le bien-être ressenti dans la ville**
 - Une thématique festive à réinvestir, notamment en termes de communication de la ville ;
 - La question de la sécurité doit aussi être investie. Tout d'abord en répertoriant mieux les violences et agressions homophobes sur l'espace public. Une étude spécifique à Paris pourrait être lancée pour connaître leur ampleur et leur spécificité (chiffres de la Préfecture de Police, enquêtes de victimation...) et ce, pour mieux les combattre.

- ✓ **Adapter nos politiques en matière de prévention et de santé**

L'objectif est, au-delà des conséquences positives des actions en la matière, de lancer un message clair et positif pour l'image de la Ville

- Renforcer nos politiques publiques d'accompagnement des « aînés LGBT » : si les communautés LGBT sont créatrices ou en demande de service, il ne faut pas oublier pour tant les homosexuels aînés qui ont plus tendance à vivre dans l'anonymat.
- Lancer une campagne de sensibilisation sur la question de la santé des personnes lesbiennes et transsexuelles.

Les contributions des personnes et associations auditionnées

PinkLab360



PinkLab360

24 rue du Faubourg Poissonnière

75010 Paris

À l'attention de Monsieur Jean-Luc Romero-Michel,
Paris, le 6 avril 2016,

Cher Monsieur Romero-Michel,

Lors de notre rencontre du 21 mars dernier, vous nous avez très aimablement proposé de vous faire part de propositions visant à renforcer l'attractivité de Paris auprès des voyageurs LGBT.

Aussi, l'équipe de PinkLab360, société éditrice de *mister10.com*, le *magazine mister10*, et *misterbandb.com*, est heureuse de vous adresser les recommandations suivantes :

Aspects institutionnels

Proposition #1

Réalisation d'une étude de marché visant à évaluer la position de Paris parmi les villes préférées des LGBT.

Note : la ville de Stockholm tient compte de ce critère dans la mesure de sa notoriété à l'international.

Proposition #2

Établissement d'une charte d'accueil LGBT, signée par les acteurs du tourisme parisiens.

Proposition #3

Création d'un réseau de partenaires du tourisme LGBT parisiens.

Note : exemple, à Berlin, les hôteliers qui le souhaitent rejoignent le programme Pink Pillow. Cette sélection d'établissements est mise en avant dans toutes les communications relatives au tourisme LGBT de la ville.

Proposition #4

Associer les grands partenaires du tourisme aux campagnes de promotion LGBT de Paris (Air France, Galeries Lafayette, Musées Nationaux...).

Outils

Proposition #5

Renforcer l'identité LGBT de Paris via la création d'une charte graphique et d'un logo LGBT de Paris.

Note : Les villes de Vienne et Athènes notamment disposent d'un logo LGBT.

Proposition #6

Création d'une page dédiée au tourisme LGBT sur le site internet de Paris (contenu spécialisé, mise en avant de l'offre LGBT, agenda...).

Note : de nombreuses métropoles disposent déjà d'un onglet LGBT sur leur site internet (Amsterdam, Bruxelles, Berlin, Madrid, Zürich...).

Proposition #7

Activer la présence de Paris auprès des touristes LGBT sur les réseaux sociaux, via une page Facebook dédiée notamment.

Proposition #8

Mise en avant d'insiders parisiens ; réalisation d'interviews de personnes LGBT vivant à Paris, et retransmissions de ces témoignages sur les supports dédiés (site internet de Paris, brochures...).

Note : la ville d'Athènes a mis en place une page présentant les conseils de voyage de locaux sur son site LGBT.

Proposition #9

Création d'un Guide LGBT de Paris cartographié, et diffusé, entre autres, dans les Offices de Tourisme parisiens.

Proposition #10

Création d'une application pour les touristes LGBT.

Note : PinkLab360 a réalisé en 2013 l'application LGBT de l'île de la Réunion pour le compte du CRT.

Proposition #11

Matérialiser l'identité LGBT de Paris au travers d'un symbole fort (exemple : peindre un passage piéton aux couleurs arc-en-ciel rue des Archives).

Note : San Francisco et Tel Aviv disposent d'un passage piéton arc-en-ciel. Montréal et Manchester pavoisent leur quartier gay de façon distincte.

Media

Proposition #12

Création d'une campagne de promotion de Paris à l'échelle internationale sur des supports media LGBT online, mobile et print (Grindr, Out There, The Advocate, misterb&b, Gaycities...).

Proposition #13

Création d'un film publicitaire destiné au public LGBT, et faisant appel à une figure parisienne emblématique et à dimension internationale (ex : Jean-Paul Gaultier).

Note : Conchita Wurst est l'ambassadrice de Vienne sur de nombreux événements internationaux organisés par l'Office de Tourisme de la ville.

Proposition #14

Mise en avant de la destination Paris sur une sélection de Gay Pride à l'étranger via un dispositif événementiel.

Note : ont été représentées sur la Marche des Fiertés de Paris 2016 les destinations Amsterdam, Tel Aviv et Madrid.

Proposition #15

Communiquer en France et à l'international autour de la Marche des Fiertés de Paris et renforcer son attractivité (exemple : faire venir un artiste de renommée internationale pour le final de la Marche).

Proposition #16

Communiquer à l'international sur les grands événements LGBT de Paris (Tournoi International de Paris, Gay Games 2018, clubbing, soirées fétiche...).

Note : La ville de Bruxelles soutient dans ses communications media les soirées Démence, qui génèrent par ailleurs 30 000 nuitées par an.

Volet R.P.

Proposition #17

Organisation de voyages de presse sur la thématique LGBT.

Proposition #18

Mise à disposition d'un appartement dédié à l'année pour accueillir des blogueurs.

Note : Stockholm met à disposition un appartement à l'année pour accueillir les influenceurs.

Volet B2B

Proposition #19

Développer une présence B2B de Paris sur les événements professionnels ayant trait au tourisme (salon ITB de Berlin, Rendez-vous en France, accueil d'une conférence de l'Association IGLTA...).

Note : sur le salon ITB, exposent notamment dans le pavillon LGBT les villes de Madrid, Vienne, Buenos Aires, Toronto, Los Angeles, Fort Lauderdale, Aspen...

Nous demeurons disponibles pour commenter et développer ces propositions avec vous, et espérons qu'elles vous seront utiles à la rédaction du rapport remis le 17 mai prochain à Madame la Maire de Paris, Anne Hidalgo.

Enfin, en notre qualité d'opérateur media et marketing, nous serions heureux d'accompagner les prochains chantiers de Paris en matière de tourisme LGBT.

Veillez recevoir, Monsieur Romero-Michel, mes salutations les meilleures.

Benoit Breton

Tél. : 09 67 139 239

Port. : 06 72 64 87 11

Email : benoit@pinklab360.com

Adresse : PinkLab360, 24 rue du Faubourg Poissonnière, 75010 Paris

Bi'Cause



Suite à la table ronde du 23 mars 2017

Contribution de Bi'Cause au rapport de la Mission

visant à valoriser la Culture, la Nuit et le Tourisme LGBT+ dans Paris

Madame, Monsieur,

Chère amie, cher ami,

Vous avez eu l'amabilité d'inviter, parmi d'autres, notre association Bi'Cause à la présentation de la mission visant à valoriser la Culture, la Nuit et le Tourisme LGBT+ dans Paris, et d'écouter avec attention nos propositions et réactions, et nous vous en remercions.

Nous tenons à rappeler que votre initiative vient largement en phase avec nos propres préoccupations ; en effet, nous participons activement par nos événements au planning soutenu de l'ensemble des activités LGBT+ effectuées dans la Capitale (notamment via le festival des cultures LGBT+ initié depuis début 2016 par le Centre LGBT), et nous nous situons clairement dans la perspective de Paris 2018 ; nous souhaitons également développer tout particulièrement la visibilité de la bisexualité et de la pansexualité.

Y a-t-il à Paris des lieux spécifiquement bi, en-dehors des moments festifs ou associatifs qui relèvent de cette mouvance ?

Nous cherchons à le déterminer, mais c'est un chantier que nous lançons.

Certes, deux saunas sont reconnus comme tournés vers une clientèle bi, l'Amphibi⁴⁸ et l'Atlantide⁴⁹. Un autre au moins, l'Exhibar, est totalement « ouvert »⁵⁰.

48 15 Rue Lacroix, 75017 Paris www.amphibi-paris17.fr/

49 13 Rue Parrot, 75012 Paris <https://atlantide-sauna.com/>

50 5, rue Hector-Malot 75012 Paris www.exhibar.com/

Par ailleurs, notre « Dîner BIP » mensuel (Bisexual Important Persons) nous fait voyager au fil des mois dans toute la ville, le plus souvent en tissant des liens avec les établissements.

Nous avons pu bénéficier l'an dernier d'aides notoires d'élue-s parisien-ne-s ; elles ont été essentielles pour la réalisation des événements bi'mestriels de « 2016, année bisex'style » (notamment en lien avec les Mairies du 19^e et du 12^e arrondissement).

Il nous semble que le soutien de la Mairie de Paris sous différentes formes (communication, facilitations...) amplifierait les événements et contribuerait grandement à leur préparation.

Chaque année, la Journée Internationale de la Bisexualité se tient le 23 septembre ou autour de cette date.

Nous avons commencé modestement par des événements semi-publics, dans des lieux fermés. Depuis deux ans - hormis le premier rassemblement tenu en 2014 -, et en une inter-associative toujours plus large, nous organisons une Marche, qui cette année est susceptible d'intégrer des délégations bi de pays étrangers et un nombre conséquent de personnes de régions.

Nous aurions besoin du maximum d'écho possible donné à cette Marche, d'autant que celle de l'an dernier, très tonique, avait vu elle aussi la participation un peu écornée du fait des événements tragiques de juin (aux USA) et juillet (à Nice et vers Rouen).

Le lendemain, dimanche 24 septembre, se déroulera notre déjeuner des 20 ans, auquel sont convié-e-s tou-te-s les adhérent-e-s et les ancien-ne-s président-e-s disponibles. Nous recherchons pour ce faire un espace adapté permettant d'accueillir 100 personnes pour un déjeuner convivial, et disposant de points d'eau avec bacs et d'une possibilité de sonorisation. Il sera disponible dès 10h pour l'installation du décor et sera libéré après nettoyage pour 20h.

Plus près de nous, et de notre réel anniversaire, puisque Bi'Cause a été créée le 26 mai 1997, nous organiserons le 8 juillet un festival composé de plusieurs événements consécutifs :

- une animation avec des stands thématiques, tournant autour d'activités, d'enjeux ou d'artistes bi et pansexuel-le-s, ainsi que des performances de magie, des saynètes, des démonstrations, des projections...
- un concert d'artistes reconnu-e-s, militant-e-s et enthousiasmant-e-s,

- une nuit animée par DJ Mambaa, spécialiste notamment des BiLove Party,
- le tout assorti d'un point santé de prévention VIH IST.

Pour ce faire, nous aurions besoin d'un espace incluant un bar, un vestiaire ainsi qu'un coin qui permette à celles et ceux qui le souhaitent de conter fleurette dans une ambiance cosy.

Le lendemain nous retrouverons qui veut et peut à partir de 13 heures pour un Bi-brunch

Le lieu n'est pas encore fixé, mais nous gardons un bon souvenir de notre événement « bi'que-nique » au Parc de la Villette le 10 juillet 2016.

Il est clair que, pour partie, nos amies et amis, adhérent-e-s ou non, sont susceptibles de participer à maints événements de la communauté LGBT+ ou relatifs aux combats contre les discriminations en général.

Bi'Cause entend ainsi faire bénéficier de l'information ou des « coups de cœur », en participant activement à tout réseau qui serait mis en place pour favoriser le tourisme LGBT + et les activités pas seulement nocturnes...

Merci pour votre attention.

Pour Bi'Cause

Les co-président-e-s

Valérie BAUD Châteauroux

Sébastien GRUCHET, Paris

Vincent-Viktoria STROBEL, Paris

Association pour la cause bisexuelle

Site internet <http://bicause.fr/>

Infoline et répondeur : 07 68 01 26 92

Page Facebook : [nous retrouver avec l'écriture "Bi.Cause"](#)

Adresse postale : c/o Centre LGBT, 63 rue Beaubourg, 75003 Paris.

FSGL

Suite à la table ronde organisée au Centre LGBT Paris Ile-de-France, les participants ont été invités à envoyer, s'ils le souhaitent, leurs contributions écrites.

Jérôme Walczak, Vice-Président de la FSGL, en charge de l'inclusion, a envoyé par mail, le 3 mai 2017, quatre points soulevés par l'association, dont certaines apparaissent dans le rapport :

-Contribuer à ce que la Ville de Paris signe la charte d'accueil des personnes transgenres dans le sport, ce qui en ferai la première au Monde ;

-Compter sur le réseau des sportifs et sportives pour faciliter l'hébergement chez l'habitant ;

-Valoriser les activités des associations de notre fédération sur la période de fin juin avec une ouverture aux touristes :

-Favoriser les traductions des programmes des associations en matière d'inclusion des LGBT par le sport en anglais, russe, chinois, espagnol.

Personn'ailes

Lors de l'entretien avec Sébastien Gidon, Président de l'association Personn'ailes, qui regroupe le personnel LGBTIQ et « friendly » d'Air France, nous avons abordé le plan d'action de l'association, avec notamment la présence de l'association sur certains événements (le Printemps des Assocés, la Marche des Fiertés, etc.), mais aussi le positionnement d'Air France sur les questions LGBTIQ.

Au cours de cette mission, nous avons pu apprendre qu'Air France avait refusé d'être partenaires des Gay Games - Paris 2018, cédant la place à des concurrents internationaux.

De même, nous n'avons reçu aucune réponse positive à nos nombreuses sollicitations pour être auditionné dans le cadre de ce rapport, sur ces questions.

Ces refus répétitifs de la part de cette entreprise française emblématique est un des points noirs de cette mission et soulèvent certaines questions sur les stratégies de développement marketing d'Air France en France et à Paris.

En effet, nous avons appris au cours des auditions, qu'Air France avait déjà menée des campagnes destinées à la clientèle LGBTIQ en Allemagne et en Amérique Latine en 2013, intitulé « *Voyages Magnifiques* » et « *Invitacion a Paris* »⁵¹.

L'entretien avec M. Gidon a cependant laissé transparaître des perspectives d'évolutions positives sur ces sujets, notamment avec la venue d'un nouveau DRH, Gilles Gateau.

Ainsi, dans un mail envoyé le 28 avril 2017, M. Gidon nous a confirmé qu'Air France avait accordé un crédit à l'association Personn'ailes afin de participer à la prochaine Marche des Fiertés de Paris, qui aura lieu le 24 juin prochain.

A termes, nous espérons qu'Air France pourra devenir un partenaire privilégié pour les grands événements de visibilité LGBTIQ, comme le sont déjà d'autres compagnies concurrentes.

⁵¹ "Air France estrena página LGBT y lanza dos guías LGBT Friendly ", 20/10/2013:
<https://www.espiritugay.com/air-france-estrena-pagina-lgbt-y-lanza-dos-guias-gay-friendly/>

Pascal Fonquernie



LE TOURISME LGBT EN REGRESSION A PARIS : AUTODESTRUCTION OU INCONSCIENCE COLLECTIVE ?

Par Pascal Fonquernie, Publicitaire, Expert en marketing gay et marketing touristique, créateur du site PARISMARAIS.COM ®

Au-delà de la réalité économique que nous connaissons tous, il existe des motifs sociologiques et marketing à la désaffection des établissements gay du Marais, quartier parisien historique où le premier bar gay a ouvert en 1978 : Le Village, rue du Plâtre, aujourd'hui rebaptisé le Curieux.

Tracasseries administratives, prix des emplacements et des loyers, contraintes liées aux autorisations etc... S'il ne faut nier cette réalité, il faut convenir d'une réalité toute autre en se plaçant dans la peau du consommateur: en particulier du consommateur étranger... Les touristes, qui s'ils n'existaient pas placeraient le Marais en quasi faillite... Les hôteliers le savent très bien, ils tirent une part considérable de leurs revenus grâce à la clientèle gay internationale. **Certains hôtels distribués par le site parismarais.com annoncent plus de 50% de clientèle gay**, mais avec une forte baisse depuis 5 ans, indépendamment du phénomène des attentats. Quand ces mêmes clients des plus beaux hôtels du quartier se trouvent confrontés à l'humeur de certains barmen parisiens, après avoir eu un premier aperçu du « french mood » grâce aux chauffeurs de taxis ou voituriers qui les ont conduits (pour ne pas dire éconduits) de l'aéroport au centre-ville, ils éprouvent pour bon nombre d'entre eux l'envie de sortir du milieu gay qui n'est à leur yeux pas aussi gai ni si accueillant que cela...

CONSTAT AMER POUR LES SENIORS

Les Français sont réputés pour leur négativisme permanent et ne soignent pas vraiment la relation client... C'en est à se demander comment nous restons encore première destination touristique mondiale ! Et si nous réapprenions la courtoisie et le respect : dire bonjour, prendre le temps de sourire un peu... C'est vrai également pour les clients des bars vis à vis des barmen qui ne font pas un métier facile. Les petits gestes simples peuvent parfois changer beaucoup de choses.

Accueil médiocre, bars peu conviviaux, toilettes d'une crasse absolue (réhébitorie pour la clientèle allemande, suisse, autrichienne et scandinave), pas un siège pour s'asseoir, trop peu d'endroits conviviaux où socialiser, quelques trop rares établissements innovent par la qualité de leur décor et de leur confort... Des restaurants gays moins bons que les restaurants tout publics, des saunas qui nient même l'existence d'une clientèle touristique, des musées où rien n'est écrit en anglais... Absence de campagnes de prévention en

langues étrangères. Que faire après 40 ans dans le « ghetto gay » ? RIEN, du coup la clientèle gay internationale préfère la Terrasse du Café Beaubourg ou les endroits gay friendly plutôt que les bars gay-tho ! Vraiment dommage car ce sont les touristes, les plus de 40 ans et les seniors qui ont le plus de pouvoir d'achat, pas les clubbers de 20 ans.

Paris n'est pas faite pour cela, les tentatives récentes de « circuit party à Paris » ont été des flops absolus. Le capital d'attraction de Paris, c'est son patrimoine culturel humain et gastronomique. On ne vient plus à Paris pour son côté gay-friendly.

Le Paris gay vit sur ses petits acquis et le nombrilisme des gays, y compris des patrons d'établissement leur fait croire qu'ils sont toujours les seuls à booster le Marais et se l'approprient de manière monopolistique... Cette revendication est partiellement vraie, mais le mini boom économique du quartier gay est dû surtout à l'afflux des marais-dollars et des euros made in Italie (premiers acheteurs d'immobilier) que par l'euro-rose de sa clientèle franco-française qui n'est qu'une infime partie de la clientèle potentielle possible du quartier tant il regorge de ressources - gay ou non. Certes les gays ont contribué à redoper le Marais... Autrefois... Mais ils vivent sur des acquis... **Ce ne sont plus les premiers acteurs de l'évolution du quartier dont la sociologie change vite.** Environ 30 % des ventes d'appartements sont faites à une communauté internationale très riche : américaine, italienne, britannique, brésilienne, chinoise.

LA GENTRIFICATION, ARME DE DESTRUCTION MASSIVE DU TOURISME GAY

Les nouveaux développements entrepris par le BHV et autres grands acteurs du luxe font monter Le Marais en gamme, tant mieux pour ceux qui sont déjà propriétaires, car les prix s'envolent : les créateurs et commerces authentiques ne peuvent suivre et désertent le quartier qui désormais s'endort la nuit. Personne n'y trouve son compte, déception des habitants qui voient leur quartier si original se normaliser et désappointement des gros investisseurs qui réalisent que la clientèle qu'ils désirent : riches chinois, russes et clientèle du Golfe ne sont pas au rendez-vous : en effet homophobes et antisémites pour la plupart, ils ne sont pas intéressés par le Marais, pas assez bling-bling pour eux. Une stratégie perdant-perdant qui ne profite pour l'instant à personne.

Trop de luxe tue la vie d'un quartier. Ce phénomène mondial touche toutes les capitales, mais le Marais résiste quand même et cultive sa diversité. N'oublions pas que **le Marais n'est pas et ne sera jamais un quartier comme les autres.** N'oublions pas les drames de la déportation massive de la communauté juive, n'oublions pas non plus les milliers de morts du sida dans ce quartier pendant les années 80.

Les grandes marques qui s'installent rue des Archives et rue des Francs Bourgeois avec des stratégies « copié-collé » méconnaissent cet historique et sont rejetées par une bonne partie de la population locale actuelle. Les établissements gay résistent : Frédéric Hervé patron du Cox a racheté ses murs à prix d'or et a fêté récemment les 20 ans de son bar avec un happening baptisé « Rouge toujours » (les murs de ce bar sont rouges et pas prêts à changer de propriétaire). A côté, **Bernard Bousset**, créateur de **L'Open Café**, premier bar gay à s'être ouvert au public avec des vitrines sur l'extérieur, a dit-on refusé des offres d'achat six fois supérieures à la valeur de son établissement. Le plan de conquête du Marais par les enseignes mondialisées semble ralenti par cette **résistance inattendue.**

« **Résistance** » est justement le nom d'un bar, rue Sainte croix de Bretonnerie, qui a failli une fois de plus se transformer en boutique de vêtements. Son Propriétaire l'a baptisé ainsi pour afficher son hostilité aux grandes enseignes de luxe qui s'installent et contribuent à une gentrification menée au pas de charge du Marais.

LES GAYS NE SONT PLUS LE MOTEUR DE CROISSANCE DE LEUR PROPRE QUARTIER

Ce sont désormais les investisseurs internationaux qui dopent l'économie du quartier et les établissements gay devraient ouvrir les yeux plus grand et les considérer. À force de reproduire les schémas d'exclusion vécus voici 30 ans par les pionniers du marais gay à l'encontre des hétéros, des touristes et de tout ce qui n'est pas labellisé par un drapeau arc en ciel, le « **label gay** » risque de perdre de son côté sympathique. Le « **rainbow flag** » a d'ailleurs complètement disparu des rues du Marais : interdiction ? Recul de l'affichage communautaire voulu ou simple auto-prévention des risques d'attentats dont les établissements gays seraient une cible potentielle évidente ?

Alors qu'une visibilité gaie était une nécessité il y a 20 ou 30 ans il est aujourd'hui nécessaire de sortir d'un cercle fermé communautaire. Il y a une véritable ignorance marketing des établissements gay eux-mêmes qui traitent leur communication et investissements publicitaires avec beaucoup trop de légèreté, le réflexe communautaire est très peu présent et le sentiment qui domine, vu de l'extérieur, est **un joyeux panier de crabes** où chacun tente de préserver sa part de marché **d'un gâteau qui s'émiette chaque jour un peu plus**. Les médias 100% gay sont en survie. Internet, les applications les ont réduits à peau de chagrin.

LGBT : L'ILLUSION D'UNE COMMUNAUTE QUI N'EXISTE PAS

Enfin il faut convenir avec lucidité des limites du marché LGBT. Les boîtes de nuits hétéros l'ont compris en créant des nuits gays, les établissements gays eux essaient les soirées à thèmes sans pour autant s'ouvrir à d'autres clientèles. Pourquoi pas des soirées senior, des soirées trans-générationnelles, des soirées où d'autres attitudes pourraient voir le jour avec d'autres convivialités (**La Nuit des Follivores** est un modèle de succès en ce domaine). Et pour cibler ces nouvelles clientèles utiliser d'autres médias que les supports 100% gay pour communiquer autrement et aller au-delà de la petite minorité d'homos qui sort dans les quelques dizaines de lieux gays du Marais.

Côté grandes marques, les annonceurs savent très bien que les consommateurs réagissent plus par socio-styles que par famille sexuelle : **le profil du consommateur gay stéréotypé est un fantasme des années 90 qu'il faut oublier**. Le marché du luxe ne s'y trompe pas : la tolérance est intégrée aux valeurs des grandes marques. Les gays sont bienvenus aux bars des palaces avec leurs amies hétéros ou leur grand-mère, voire leur sugar-daddy. Tant mieux. Beaucoup de gays senior vont boire des drinks dans les bars chics des grands hôtels Être gay ou pas n'est plus déterminant aujourd'hui, pour les pros du marketing en tous cas.

Les années de gloire 1980 à 2000 sont révolues. Si le Marais gay veut remonter la pente, peut être devrait-il être plus attentif à son sens de l'accueil, retrouver un sens de la fête un

peu perdu et être plus réceptif à l'innovation, en particulier vis à vis des acteurs touristiques qui sont la première source potentielle de développement de clientèle.

Enfin considérer la nouvelle sociologie du quartier, de plus en plus international... Aucun média anglophone gay-friendly, à part **parismarais.com**, **Mister 10** et les classiques guides internationaux tels Spartacus. Un nouveau mensuel tout public en anglais cible les 250 000 anglophones vivant à Paris et RP : **EXPATRIATES**, plus de 70 000 personnes suivent ses réseaux sociaux.

Un nouveau bi-annuel cible lui les modeuses, fans de style, il s'appelle « **So Marais Mag** » et fête son 3^e numéro, sa cible n'est pas du tout gay, mais plutôt tendances mode et déco féminine, reflet du changement rapide de la monoactivité commerciale qui s'installe.

Le potentiel est là et l'héritage merveilleux de ce quartier sera sans doute multiculturel et international, avec ou sans les gays qui pour survivre devraient s'inspirer des succès des autres capitales gay européennes que sont Londres, Berlin, Barcelone, Vienne et communiquer mieux dans toutes les langues pour que Paris ne sombre pas dans les villes Has been aux yeux des LGBT. **Ultime problème, les prix** : Une bière 50 cl à Berlin : 2 euros, une Bière 25 cl à Paris 5 euros... Beaucoup de visiteurs le savent. Hôtel 4 étoiles à Paris : au moins 200 euros / nuit contre moins de 100 € à Berlin, Madrid, Lisbonne, Barcelone... Paris est mythique, mais acceptable jusqu'à quel prix, avec une offre gay en régression avec un prix du mètre carré souvent supérieur à 12 000 euros !

ENGAGEMENTS DES INSTITUTIONS : ASSUMER OU PAS UN VERITABLE SOUTIEN

Remarque souvent entendue venant des associations LGBT pendant les mandats de Bertrand Delanoë : « Nous avons un maire ouvertement gay et qui ne fait rien ou presque pour les LGBT » Comparons avec la Ville de Vienne, capitale d'un pays que l'on dit ultra conservateur et très majoritairement catholique : l'Autriche. Vienne fut la première en Europe à attirer la cible touristique LGBT internationale dès 1990. Pendant la gay pride week de Vienne, tous les bus, metros et tramways arborent des drapeaux arc-en-ciel. La pride de Vienne s'affiche fièrement sur **le site de l'office du Tourisme de Vienne**. <https://www.wien.info/fr/vienna-for-gay-lesbian-rainbow-parade> A Paris, non seulement on veut licencier à l'Office du Tourisme et supprimer 3 points d'accueil sur 5 mais il n'y a pas même une rubrique LGBT : **On assume ou on assume pas ?**

L'EXEMPLE AUTRICHIEN : UN MODELE EN EUROPE

Depuis 24 ans, l'hôtel de ville plus somptueux encore que celui de Paris dans un style néogothique passe ses clés à l'association qui produit le **LIFE BALL**, plus grand gala de charité au monde de « fundraising » au profit de la recherche sur le sida : il génère des millions d'euros de recettes et 40 000 participants ! <https://www.wien.info/fr/lifestyle-scene/life-ball> **A quand un LIFE BALL à Paris ?**

En Carinthie, région chic des lacs chauds, chaque année a lieu début septembre le **Pink Lake festival** qui attire des milliers d'autrichiens, suisses, et italiens et allemands ; tous en costumes locaux pour préserver les traditions locales dans la bonne humeur : <http://www.pinklake.at/en/>

Mieux encore, à **Vienne et à Salzburg**, capitale de la musique classique avec son festival d'opéra mondialement connu, les panneaux de signalisation urbains du centre-ville

montrent des couples d'hommes ou des couples de femmes se tenant la main avec des cœurs pour signifier à tous : locaux et touristes que les couples de même sexe sont bienvenus ! <https://www.youtube.com/watch?v=9ruGfSdxVV0>

Enfin, côté sécurité des personnes : **l'Autriche est le 3^e pays le plus sûr du monde** avec un sens civique exceptionnel. Le tourisme autrichien, c'est **26 millions de visiteurs pour un pays de 8,5 millions d'habitants**, soit 4 fois plus que de résidents. Arrêtons de nous gargariser avec nos 82 millions de touristes pour 66 millions d'habitants ! Pour parodier l'Eurovision qui fit en 2014 gagner le grand prix à **Conchita Wurst**, un travesti doué d'une voix exceptionnelle: AUSTRIA 12 POINTS – FRANCE 1 POINT.

La France a choisi d'élire pour président le leader du mouvement « En Marche »

Et si pour le tourisme LGBT, on se disait enfin « On Court » ?

***Pascal Fonquernie** est consultant en communication, correspondant de nombreux médias internationaux, un des pionniers du marketing gay en France, il a été le premier à lancer en France le gay mardi-gras de Sydney, à lancer les gay-ski week du Club Med, à écrire en 1995 un dossier complet dans le magazine Stratégies sur le marché gay. Auteur de très nombreuses campagnes de prévention sida avec l'agence Australie dans les années 95 à 2000, Pascal Fonquernie a aussi été directeur de création de plusieurs agences de marketing direct et a travaillé sur des campagnes d'importance internationale pour des grandes marques du luxe et du tourisme : Air France, Club Med, British Airways, Peugeot, Mercedes, Citroën, Ford, American Express... Il est depuis 2005, directeur du portail touristique Parismarais.com (15 millions de visiteurs depuis 2005) Et baptisé par de nombreux médias « The unofficial ambassador of Le Marais »*

Article paru dans le Parisien du 17 mai 2017 :

<http://www.leparisien.fr/paris-75004/paris-pascal-fonquernie-l-ambassadeur-du-marais-16-05-2017-6954159.php#xtor=AD-1481423551>

Christophe Vix-Gras

UN BAL LGBTIQ POUR LE BASTILLE DAY

Aujourd'hui, alors que le Marais n'est qu'une peau de chagrin, un quartier en phase terminale à cause de la densité de la population, des efforts des riverains et du refus des exploitants LGBTIQ de se fédérer et se remettre en question, il est grand temps de créer un événement « neutre ».

Anne Hidalgo, maire de Paris, a mandaté M Jean-Luc Romero - Michel, adjoint à la Culture de la Mairie du 12e arrondissement, de développer le tourisme LGBT, soit la Fiche n° 13 du plan d'action « Stratégie tourisme 2022 ».

Lien Stratégie Tourisme 2022 :

<https://www.dropbox.com/s/g295q2d4pky15em/Strategie-tourisme-2022-Plan-d%27actions.pdf?dl=0>

Pourquoi ?

Le « Bastille Day » est une des dates les plus connues de la culture française à l'international.

Ce terme est synonyme de liberté et de fête, l'équivalent du Independence Day des États Unis d'Amérique.

Il n'y a pas de grand événement festif LGBTIQ depuis la faillite commerciale de la Gay Pride en 1996. Jusqu'à la disparition de Gai Pied Hebdo Min 90s, le « bal du quai des Tournelles » permettait à l'éditeur de rayonner avec une scène en bord de Seine avec Laurent Garnier comme DJ résident, jusqu'à ce qu'il devienne plus Bal Pop et disparaisse *...

Pourquoi ne pas choisir la date de la Marche des Fiertés ?

La Marche des Fiertés évolue sur des terrains délicats en terme sécuritaire, un refus de la Préfecture serait évident.

Les établissements ne se reconnaissent pas dans la Marche et n'y participent pas.

Forme de la manifestation

Localisation

Voie Georges Pompidou entre les ponts Marie et de Sully.

Artistique :

1 DJ de stature internationale (Laurent Garnier en priorité)

2 DJs de stature nationale

1 performance vocale

Des danseurs

1 conception lumière & VJ

Sécurité :

Agents de sécurité (à définir avec la PP)

Barrière Heras des deux côtés

Technique :

1 scène principale

des barnums pour les bars

Collaboration avec la TAM de la Mairie de Paris pour barrières, structures scéniques, container pour les loges, commissariat général et PC sécurité.

Financement :

Billetterie réduite

- pour éviter les mineurs et avoir les coordonnées des participants

- pour la récolte de fond au bénéfice de Inter LGBT + ENIPSE + association à identifier (SOS Homophobie, Enipse).

Débit de boisson :

- Demande d'une autorisation catégorie III (alcool < 15°)
- Collaboration des établissements LGBTIQ & friendly volontaires avec la contrainte de passer par un système de paiement centralisé et cashless géré par l'association organisatrice.

Un appel à participation est indispensable pour présenter le projet.

Partenariat :

- Apports de partenariats via des contrats et des conditions habituellement pratiquées.

Soutien de la Ville :

La Ville offrirait :

- un plan de com hors média (panneaux Decaux) et média (Paris.fr)
- un soutien technique
- son aide dans la négociation avec la PP

Organisation :

-Création d'une association paritaire ENIPSE & Co / Inter LGBTIQ désignant un responsable légal validé par la Ville.

-Désignation d'un mandataire opérationnel

-Désignation d'un producteur délégué : un professionnel de la production de spectacle (Proposition : Les Deux Belges Production) avec licence triennale avec clauses à définir.

Mise en place d'un système de transparence interne à l'association et aux soutiens publics avec commissaire aux comptes.

Note rédigée par Christophe Vix-Gras

Paris, le 10 mars 2017

ANNEXES

Annexe 1 : Listing des personnes auditionnées et des réunions

	Personnes rencontrées	Fonction	Date de l'audition
Associations			
Centre LGBT	Flora Bolter	Co-présidente	23/03/17
	Jean-Charles Colin	Co-président	23/03/17
	Irène Exiga	Chargée de développement	23/03/17
Bicause	Vincent-Viktoria Strobel	Co-Président	23/03/17
OUTrans			23/03/17
SOS Homophobie			23/03/17
FSGL	Jérôme Walczak-Capèle	Vice président en charge de l'inclusion	23/03/17
Aquahomo			23/03/17
AMG			23/03/17
Beit Haverim			23/03/17
Cœur des Melomen			23/03/17
AJL	Alice Coffin	Co-présidente	23/03/17 19/04/17
Queer Week	Clément Dallex Mabilie	Chargé de production	23/03/17
MAG Jeunes LGBT	Omar Didi	Co-président	23/03/17
LIG	Catherine Facerias	Trésorière	23/03/17
ARDHIS	Frederic Chaumont	Président	15/03/17
	Marc Rigollet	Administrateur	
Inter-LGBT	Aurore Foursy	Présidente	06/04/17
	Jean-René Dedieu	Coordinateur interassociatif	
Collectif Existrans	Giovana Rincon	Présidente	04/04/17
Vivre le Marais	Dominique Feutry	Président	18/04/17
Les Oubliés de la Mémoire	Denis Erhart	Président	29/05/17
	Catherine Dehay	Administratrice	

	Personnes rencontrées	Fonction	Date de l'audition
Acteurs Tourisme			
Office du Tourisme	Pierre Schapira Clément Laloux Yann Gauthier	Président Directeur Marketing Responsable Editorial	03/03/17
SNEG	Gérard Siad Michel Michel Michel Mau	Président Secrétaire Général Entrepreneur événementiel	03/02/17
Welcome City Lab (Paris&Co)	Laurent Queige	Président fondateur	14/02/17
Groupe Accor	Thomas Kasmi	Responsable Partenariats	30/03/17
Man about World	Ed Salvato	Redacteur en chef	07/04/17
IGLTA	Clark Massad	Vice Président	17/10/16 31/05/17
ATOOUT France	Sophie Mandrillon	Responsable marketing	02/06/17
Paris Gay Village	Gilles Bry Ludovic Dunod	Président Membre fondateur	23/03/17 31/05/17

	Personne rencontrée	Fonction	Date de l'audition
Acteurs Nuit			
Banana Café	Michel Michel	gérant	15/02/17
Nuits des Follivores / Crazyvores	Jack T	organisateur	15/02/17
Mona	Nicolas Vu Hoang (Nick V)	organisateur et dj	15/02/17
Sale!	Stev Romani Soccoro Aubry Fargier	organisateurs et dj	15/02/17
Le Bal Con / Cockorico	Maxime Messenger (Maxime Iko)	organisateur	15/02/17
La Culottée	Yoann Beaudet	organisateur	15/02/17
Wet for me / Barbieturix	Ragnild Lafon (Rag)	organisatrice	15/02/17
Fierté Ours	Nicolas Maalouly (La Méchante)	organisateur	15/02/17
Loud & Proud	Fany Coral	organisatrice ; dj et productrice	15/02/17
Menergy	Yannick Barbe	organisateur	15/02/17
Otto10	Fabien Kratz	organisateur	15/02/17
Possession	Mathilda Meerschart	organisatrice	15/02/17
Flash Cocotte / Trou aux Biches / Jeudi OK / Jeudi techno / Lolita / cyclo / Tragedy / Possession	Anne-Claire Gallet	organisatrice et productrice	15/02/17
Technopole	Christophe Vix-Gras	Associé du Rosa Bonheur	08/02/17

	Personnes rencontrées	Fonction	Date de l'audition
Médias / Applications			
Hornet	Christophe Martet	Journaliste	03/02/17
	Christof Wittig	Fondateur	
	Fabrice Le Parc	Responsable France	
Têtu	Julien Maquaire	Président	21/02/17
Blu Media	Dirk Baumgartl	Directeur Marketing	18/02/17
PinkLab360	Benoit Breton	Chargé de développement	21/03/17
Man About World	Ed Salvato	Co-fondateur	07/04/17
PARISMARAIS®	Pascal Fonquernie	Directeur éditorial	24/05/17

	Personnes rencontrées	Fonction	Date de l'audition
Autres			
Gay Games (Paris 2018)	Manuel Picaud	Co-président	10/02/17
FLAG	Mickael Bucheron	Président	02/03/17
Fierté Montréal	Jean-Sébastien Boudreault	Vice Président	16/03/17
	Eric Pineault	Président	
AGM 2018 (Mister Leather)	Laurent Jourdain	Délégué ECMC	28/03/17
	Jean-René Dedieu	Coordinateur Inter-LGBT	
	Bruno Blossier	Président ASMF	
Friendly Compagny	Vincent Boileau-Autin	Président	11/04/17
Personn'Ailes	Sébastien Gidon	Président	19/04/17
AXA	Julien Brunel	Responsable International	20/03/17
RATP	Raphael René-Bazin	Directeur de l'agence développement	31/03/17
	Emmanuelle Sebban	Communication	
BHV	Aja Barbo Gruden	Directrice du développement	07/06/17
	Alexandre Liot	International Directeur du BHV	

	Personne rencontrée	Fonction	Date de l'audition
Acteurs Culture			
Festival Chéries, Chéris	Cyril Legann	Président	28/02/17
	Hervé-Joseph Lebrun	Délégué Général	
Queer Week	Clément Dallex Mabille	Chargé de Production	11/02/17
		15/02/17	
Salon du Livre Gay	Pierre Ernoult	Président	16/02/17
Peripates / Freegan Pony	Benoit Chaffois	organisateur	15/02/17
	Aladdin Charni		14/03/17
Cineffable	Isabelle	Trésorière	30/03/17
	Anne Beniguel		
Paris Black Pride	Johan Amaranthe	Co-fondateur et Président	06/04/17
	Brian Scott Bagley	Co-fondateur et Vice Président	
	Estelle Prudent	Artiste et membre	
	Mike Fédée	Membre	

	Personnes rencontrées	Fonction	Date de l'audition
Mairie / Politique			
Cabinet Egalité Discriminations	Youcef Khemissi	Collaborateur Discriminations	30/01/17 21/02/17 04/04/17
Conseil de la Nuit	Thierry Charlois	Chef de projet	30/01/17
DDCT	Anne Le Moal Suzanne Coronel	Cheffe du service Adjointe	31/01/17
Département Paris Numérique	Dimitri Gasulla	Responsable des réseaux sociaux	15/03/17
Groupe Front de Gauche	Nicolas Bonnet Gilles Garnier	Président	16/03/17
Mairie du 4e	Christophe Girard Sarah Alby Fahd Zhar	Maire du 4e Directrice de Cabinet Conseiller Technique	15/03/17
DDCT	Philippe Lasnier		02/02/17
Groupe PS	Rémi Féraud Jean-Bernard Senon	Président Directeur Cabinet	30/03/17
Mairie du 3e	Patrick Badard Quentin Picquenot	Conseiller Discriminations Conseiller Tourisme	04/04/17 20/03/17
Groupe Ecologiste	David Belliard	Co-président	06/04/17
Cabinet Tourisme et Sport	Jean-François Martins Clara Fayard	Adjoint Sport Tourisme Conseillère tourisme	11/04/17 21/02/17
Direction Attractivité et Emploi	Stéphanie Gourdon	Chargée du développement du tourisme	13/01/18 24/01/17 06/02/17
Groupe UDI-Modem	Ann-Katrin Jego	Chargée du tourisme au sein du groupe	24/04/17
Cabinet de la Maire	Marianne Revoy	Conseillère culture et égalité femmes-homme	21/02/17 04/04/17
Cabinet Culture	Bruno Julliard	1er adjoint à la Maire	04/11/16
Délégué Nuit	Frédéric Hocquart	Conseiller délégué chargé de la Nuit	04/11/16
Cabinet Egalité Discriminations	Hélène Bidard	Adjointe à la Maire	13/01/17 21/02/17
Communication	Jean-Marie Vernat	Directeur de la communication de la Ville	20/01/17
Groupe Les Républicains	Nathalie Kosciusko-Morizet	Présidente	09/05/17

Annexe 2 : Liste des participants à la table ronde organisée au Centre LGBT Paris, Ile-de-France

Centre LGBT		Mairie	
Nom	Fonction / description	Nom	Fonction
Flora Bolter	Co-présidente du Centre LGBT	Jean-Luc Romero-Michel	Adjoint à la culture et au tourisme à la Mairie du 12 ^e
Jean-Charles Colin	Co-président du Centre LGBT	Gilles Sredic	Chargé de mission, Cabinet Bruno Julliard
Irène Exiga	Chargée de développement, Centre LGBT	Inès Amrani	Chargée de mission, DAE
Bicause	Association ayant pour objectif de promouvoir l'émergence d'une identité bisexuelle.		
OUTrans	Association féministe et trans. Milite pour les droits des trans.		
SOS Homophobie	Association nationale de lutte contre les homophobies et transphobies. Centre d'appels ; publie chaque année un rapport sur l'évolution des discriminations.		
FSGL	Fédération sportive qui regroupe plus de 50 associations et 45 activités sportives. Organise le TIP.		
Aquahomo	Association parisienne multisports ouverte à tous (LGBTH).		
AMG	Association de médecine gay-friendly, ouvert à tout le personnel médical sur les questions de santé LGBT.		

Beit Haverim	Association culturelle juive LGBT. Organise notamment des festivités religieuses		
Cœur des Melomen	Chœur de chanteurs gays ou gays friendly. Répertoire chorale classique et de bon niveau. Se produit à l'international		
AJL	Association des journalistes LGBT qui contribue à améliorer le traitement des questions LGBT dans les médias et au sein des rédactions		
Queer Week	Association à l'origine étudiante (Science Po) qui organise depuis 8 ans une semaine festive et culturelle dédiée à la culture Queer.		
Paris Gai Village	Organise des visites guidées de Paris pour les touristes pour faire découvrir l'histoire LGBT de la Capitale (personnalités, quartiers...)		
MAG Jeunes LGBT	Association réservée aux jeunes LGBT (15-26ans). Organise des activités et rencontre pour chaque communauté.		
LIG	Lesbiennes d'Intérêt Général. Fond de dotation créé pour soutenir les initiatives lesbiennes. Une convention de partenariat est signée avec le Centre LGBT.		

Annexe 3 : Liste des participants à la table ronde des organisateurs de soirées

Mairie		Organisateurs	
Nom	Fonction	Nom	Soirée
Jean-Luc Romero Michel	Adjoint à la culture et au tourisme à la Mairie du 12 ^e	Alan Flejo	Comité des Noctambules
Gilles Sredic	Chargé de mission, Cabinet Bruno Julliard	Michel Michel	établissement Banana Café
Thierry Charlois	Chef de Projet sur la politique de la Nuit, Conseil de la Nuit, DDTC	Jack T	Nuits des Follivores / Crazyvores
Stéphanie Gourdon	Chargée du développement du Tourisme, DAE	Benoit Chaffois	Peripates / Freegan Pony
Inès Amrani	Chargée de mission, DAE	Nicolas Vu Hoang (Nick V)	Mona
		Stev Romani Soccoro	Sale! / MCEUADS
		Aubry Fargier	Sale! / MCEUADS
		Maxime Messenger (Maxime Iko)	Le Bal Con / Cockorico
		Yoann Beaudet	La Culottée
		Ragnild Lafon (Rag)	Wet for me / Barbieturix
		Nicolas Maalouly (La Méchante)	Fierté Ours
		Fany Corral	Loud & Proud
		Yannick Barbe	Menergy
		Fabien Kratz	Otto10
		Mathilda Meerschart	Possession
		Anne-Claire Gallet	Flash Cocotte / Trou aux Biches / Jeudi OK / Jeudi techno / Lolita / cyclo / Tragedy / Possession

Annexe 4 : La Fiche n°13 du Schéma de développement touristique de la Ville de Paris

1/2

DES EXPÉRIENCES UNIQUES
 ▶ Renforcer les secteurs émergents
 ▶▶ Le tourisme LGBT



ACTION 13

STRUCTURATION ET PROMOTION DE L'OFFRE DE TOURISME LGBT

CE QUI EST LANCÉ

La culture LGBT (lesbiennes, gays, bi et trans) est une composante forte de l'identité et de l'attractivité de Paris que la Ville soutient à travers :

- la signature d'une convention d'objectifs avec l'Inter-LGBT, association organisatrice de la **Marche des Fiertés** à Paris, vient concrétiser le partenariat régulier avec la Ville de Paris. Il s'agit de confirmer une nouvelle fois l'inscription de la Marche des Fiertés dans le calendrier des événements importants parisiens, tout en projetant le développement de la Quinzaine des Fiertés ;
- Paris accueille régulièrement des événements LGBT à Paris, dans plusieurs domaines. On peut d'abord citer le domaine du sport, avec le **Tournoi international de Paris** qui rassemble depuis 2004 plusieurs centaines de participants durant 4 jours, à l'initiative de la Fédération sportive gaie et lesbienne. Cette fédération, membre de l'association Paris 2018, participe à l'organisation de la dixième édition des **Gay Games** (voir ci-dessous). Il faut également évoquer différents festivals qui abordent la question LGBT, notamment le festival Loud and Proud, qui se déroule à la Gaîté Lyrique, le festival des cultures LGBT, organisé par le Centre LGBT, ou encore les festivals de cinéma tels que Chéries Chéris et Cineffable ;
- depuis 2016, la Ville de Paris est membre du **réseau Rainbow Cities**. Ce réseau organise des échanges, au niveau des villes, sur les questions de politiques publiques en faveur des LGBT. L'adhésion de la Ville de Paris lui permettra de partager les résultats des différentes études menées par Rainbow Cities et de structurer la visibilité qu'elle souhaite offrir aux LGBT dans la ville ;

- l'**Office de tourisme et des congrès de Paris** dispose d'un espace web sur son site internet avec des informations présentant les différents temps forts de la culture LGBT à Paris. Un article dédié, « Bars et clubs LGBT à Paris », a été mis en ligne sur Parisinfo.com, à l'occasion de la Gay Pride 2016 : les bars, les clubs et les soirées incontournables. Lien : <http://www.Parisinfo.com/ou-sorts-a-paris/infos/guides/bars-et-clubs-gays-et-lesbiens-paris> ;
- l'Office de tourisme et des congrès de Paris rassemble également un certain nombre d'adhérents et de partenaires, acteurs identifiés de la filière :
 - Parismarais.com : un guide touristique consacré au quartier du Marais et à sa diversité, qui propose des hôtels LGBT friendly ;
 - PFA Travel : une agence de voyage réceptive, spécialisée dans la location d'appartements meublés, avec services de conciergerie ; gay friendly ;
 - Paris Gay Village : association qui réunit des Parisiens souhaitant s'impliquer dans la promotion et le développement du tourisme LGBT à Paris. Offre de visites guidées par des guides-conférenciers ou des greeters ;
 - My Home For You : chambres d'hôtes à Paris gay friendly.

LES ACTIONS À VENIR

Organiser un événement de la Ville de Paris en faveur des cultures LGBT

À la demande de la Maire de Paris, une mission d'information a été lancée pour évaluer les perspectives de promotion de la culture LGBT au sein de la ville. L'objectif est de faire de Paris une ville pleinement gay friendly, pour signifier fortement le soutien de la municipalité à cette communauté, en termes de promotion des droits humains. Pour ce faire, il est notamment envisagé d'organiser un événement dédié, afin de valoriser l'apport et l'affirmation des cultures LGBT à Paris. Cette initiative permettra d'offrir un espace d'expression et d'échanges institutionnels durant la Quinzaine des Fiertés.

Accueil des Gay Games

La Ville de Paris est entièrement mobilisée pour accueillir l'événement important que représentent les Gay Games, du 1^{er} au 12 août 2018. Une conférence de presse à J-1000 a été organisée dans les salons de l'Hôtel de Ville pour lancer le compte à rebours officiel. Depuis, la Ville de Paris engage d'importants travaux dans ses espaces sportifs destinés à accueillir les différentes épreuves. L'événement dépasse largement la simple compétition sportive et fait la part belle à la mobilisation citoyenne, derrière le slogan de cette dixième édition : « All Equal ». Les organisateurs, en lien avec la Ville de Paris, s'attachent à associer cet événement sportif à des événements culturels et scientifiques pour diffuser les valeurs de respect, d'humanisme, de liberté et de fraternité.

Schéma de développement touristique de Paris 2017-2022

2/2

DES EXPÉRIENCES UNIQUES

- ▶ Renforcer les secteurs émergents
- ▶▶ Le tourisme LGBT



ACTION 13

STRUCTURATION ET PROMOTION DE L'OFFRE DE TOURISME LGBT

Développement de la Quinzaine des Fiertés et du festival des cultures LGBT

Faire une place aux cultures LGBT dans la cité, c'est aussi développer les temps forts déjà identifiés. En lien avec l'ensemble des acteurs du secteur, associations et professionnels, la Ville de Paris s'attachera à amplifier la visibilité locale, nationale et internationale de la Quinzaine des Fiertés. À l'image des rendez-vous très repérés de l'industrie de la mode à Paris, la Quinzaine des Fiertés de Paris a l'ambition de devenir un temps fort du territoire parisien.

Renforcement de la promotion de cette offre par l'OTCP

L'OTCP rédige actuellement un dossier « Paris LGBT », qui aura vocation à assurer la visibilité de l'offre de manière permanente. Les sujets suivants seront traités :

- Focus sur le Marais ;
- Les associations LGBT+ ;
- Shopping / Pratique ;
- Hébergements ;
- Bruncher, prendre un verre, restaurants ;
- Les sorties et la nuit.

Cette mise en ligne s'accompagnera ponctuellement d'un renforcement de la communication de l'OTCP concernant les événements LGBT parisiens, sur Parisinfo.com et sur les réseaux sociaux « Paris je t'aime ». La diffusion des guides et des cartes existants sur la thématique dans les espaces d'accueil sera également systématisée, notamment en lien avec Paris Gay Village pour son expertise sur les contenus. Parismarais.com édite également une carte du Marais qui recense les établissements LGBT ou friendly.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Objectif de réalisation 2018.

2016 : adhésion au réseau Rainbow Cities.

2017 :

- accueil des Gay Games ;
- remise du rapport de la mission d'information sur le tourisme LGBT.

Annexe 5 : Les questionnaires

Questionnaire à destination des organisateurs de « Gay-Pride » / Marche des Fiertés LGBT

Ville :

Période :

Durée :

Nombre de participants :

Organisation

Quelle est la structure juridique organisatrice officielle de la manifestation annuelle des LGBT dans votre ville ? (association, fédération d'associations, collectif informel, société privée, autre)

Quel mode de gouvernance et quel pilotage sont mis en place pour organiser la gay-pride et toute la programmation éventuellement associée (débat, projections, expositions...) ? Disposez-vous d'une équipe permanente ?

Quels types d'acteurs sont associés (collectivité locale, préfecture, commerçants...) ? Quelles contributions leur sont demandées (frais d'inscriptions, matériel...) ?

Quels moyens sont mis à la disposition des organisateurs par la ville hôte ?

Avez-vous une estimation de l'affluence moyenne, sur 4 à 10 ans, des personnes présentes à votre Marche annuelle (police, organisateurs, mairie...) ?

Dans quelle(s) partie(s) de la ville est organisée votre Gay Pride (un seul quartier, une grande avenue, dans plusieurs quartiers de la ville...) ?

Votre structure intervient-elle dans d'autres domaines que l'organisation de la Pride ?

Tourisme

Êtes-vous associé à la promotion de l'offre touristique de la ville qui accueille votre Pride ?

Existe-t-il une page/un site internet dédié(e) exclusivement à la Pride, où sont répertoriés la programmation, les dates, les événements et établissements partenaires, les offres... ?

Établissez-vous des partenariats avec des acteurs du tourisme au moment de votre Pride pour promouvoir l'événement ? (propositions d'offres dans les hôtels, restaurants, bars, clubs...)

Lutte contre les discriminations

Des campagnes de sensibilisation sur la lutte contre les discriminations sont-elles mises en œuvre spécifiquement durant votre Pride ou le reste de l'année ?

Les initiatives de lutte contre les LGBT-phobies sont-elles soutenues par la ville hôte ?

Comment est accueillie la Pride chaque année par les habitants ? Y a-t-il des protestations ?

Si oui, à quel(s) sujet(s) (lieux d'organisations de la Pride, LGBT-phobies, contre-manifestations d'anti, éventuelles dégradations, nuisance sonore...) ?

Quels sont les éventuels freins à l'organisation de la Pride ?

Prévention

Des actions de prévention sont-elles mises en œuvre à l'occasion de la Gay Pride afin de réduire les risques liés aux consommations d'alcool et de drogues lors de l'événement et/ou pour sensibiliser le public aux risques liés aux pratiques sexuelles (distribution de brochures, d'eau, de préservatifs, de bouchons d'oreille, interventions de premier secours, interventions d'associations de prévention...) ?

Culture

Votre Pride est-elle l'occasion d'organiser une programmation culturelle particulière ?

Si oui, détailler : théâtre, cinéma, musique, arts visuels

La Pride est-elle l'occasion d'organiser une programmation nocturne particulière ?

Si oui, les établissements de nuit sont-ils incités à s'associer à l'événement ?

Existe-t-il une soirée officielle de la Gay Pride ?

La Marche des Fiertés de Paris

Quelle image avez-vous de Paris sur les questions LGBT ? La Ville vous paraît-elle particulièrement « LGBT-Friendly » ?

Que pensez-vous de la Marche des Fiertés parisienne ? (en terme d'image, d'ampleur, de visibilité, de participation...)

Annexe 6 : Réponses aux questionnaires à destination des Marches et Pride Internationale

Amsterdam

Survey for the Pride's organizers

City: Amsterdam
Period of the year: July 29 - Aug 6
Duration of the Pride: 9 days
Number of participants: 650.000
Pride Foundation budget €1.200.000
Overall budget: €2.400.000
Estimated economic value for the city: 30.000.000

The Pride's Organization

What is the juridical structure that officially organizes the annual LGBT Pride in your city?
(Association, federation of associations, informal collective, private society, other...)

We are a foundation that have the umbrella license

we organize the Pride together with more then 60 other companies and foundations and in loose cooperation with the municipality

What mode of governance and management are used to organize the Pride and any activities possibly associated (debates, projections, exhibitions, concerts...)?
Do you have a permanent staff?

We have 3 people working permanent and a volunteer board to control us. The coast for the overhead of the foundation was €325.000 in 2016

We organize all outside events and organize all marketing and communication of all indoor and outdoor events. I will send you a link to our festival guide of 2016
https://issuu.com/amsterdamgaypride/docs/europride_magazine

What kind of operators are associated (local government, police, business owners...)? What contributions can be required? (Registration fee, materials...)

All participants of the outdoor activities pay a fare share of the cost.

What means does the host-city provide to the organizers?

We get €250.000 subsidies but have to pay for the cleaning of the city, security, health care, etc
Costs for governmental services were €325.000

Do you have an annual estimation of the average number of visits during the Pride, over 4 to 10 years? (from the City Police, organizers, city-hall...)

We started in 1996 with 25.000 visitor and in 2016 had 650.000

In what part of the city is the Pride taking place? (only one area, a large street, several spots...)

In the city centre, see link: <https://youtu.be/-iOizcpE4U4>

MAIRIE DE PARIS 

Let alone the Pride's organization, does your structure intervene in other domains?

Pride last year was celebrated in 2 parks, 10 stages on different squares and streets, 5 sport facilities, 3 theaters, 10 museums, 2 universities, 4 conference halls, one canal for the parade, 30 art galleries, 2 swimming pools, 3 night clubs, 30 bars, etc. The whole town participates.

Tourism

Are you associated with the promotion of your city's touristic offer?

Yes with the city counsel marketing department (I Amsterdam)

Is there a dedicated Pride's website, where programs, dates, events, business partners, special offers, etc. are listed?

www.pride.amsterdam

Do you build partnerships with tourism industry actors during the Pride to promote the event? (special offers in hotels, bars, clubs, restaurants...)

Yes we work with all 4 and 5 star hotels, all gay bars and restaurants, museums, galleries and theaters.

Fight against discriminations

Are awareness campaigns organized especially during the Pride? And during the rest of the year?

Yes see link: <https://youtu.be/1ddUFylwWHY>

Do you know some initiatives of public policies against homophobia?

We work with all of them, Human Rights Watch, Amnesty International, Hivos and ministry of foreign affairs

How is the Pride welcome by inhabitants every year? Are there protests?

If the answer is "yes": On which subject are the protests about? (the Pride's location, homophobia, counter-manifestation, potential degradations, noise pollution...)

Yes we have law suites every year

What kind of obstacles do you face during the organization of the Pride?

Getting enough money

Prevention

Are there actions of prevention and awareness during the Pride concerning alcohol, drugs and sex risks? (distribution of awareness leaflets, water, condoms, earplugs; emergency services, presence of preventive associations...)

Leaflets are forbidden in Amsterdam because people through them on the floor, we have free condoms, free HIV testing and are not allowed to sell alcohol below 18 years

Cultural and nightlife events

Is the Pride the occasion to organize a particular cultural program?
If the answer is "yes", can you detail further? (theatre, cinema, music, visual arts, performances...)

We have a great Arts and Culture program but also a Trans Pride program, a Sport program, a cinema program, a Religious program, a Senior program etc See our festival guide 2016:
https://issuu.com/amsterdamgaypride/docs/europride_magazine

Do you have a specific nightlife program during the Pride?
If the answer is "yes": Are night establishment encouraged to be involved in the Pride?
Beside night life street parties till 24:00 we also have a indoor parties

Is there an official Pride party?
If the answer is "yes": Where is the party organized? Do you know how much people came to the party?

Yes we also have a big opening (20.000) and closing party (8.000)
opening: https://youtu.be/M9_FENFe53E
closing: <https://youtu.be/voyXBWscrUo>

La Marche des Fiertés de Paris

What image of Paris do you have on LGBT issues? Does the city seem particularly "LGBT-friendly"?

It's a very good parade but the city looks dead during Pride, not like in Amsterdam where you see the whole city dressed in Pride Flags, posters, busses, trams etc

What do you think about Paris' "Marche des Fiertés"? (in terms of image, visibility, participation, influence, size...)
It far more bigger then ours, but we have a small town

Interesting videos:

Aids foundation and Pride Amsterdam: <https://youtu.be/MrjGGQ30Tu0>

Vodafone and Pride Amsterdam: <https://youtu.be/iTKkBkRmmqM>

Conchita Wurst and Pride Amsterdam: <https://youtu.be/aTvCkaFy9rY>

Tara Mc Donald and Pride Amsterdam: <https://youtu.be/GCtD6tpq0vM>

Amsterdam Airport and Pride: <https://youtu.be/ky3Q2mDJTBo>

City Transport and Pride: <https://youtu.be/DYCmvgY-OK4>

Busses and Pride: <https://youtu.be/x7IfUc19uOc>

Major of Amsterdam and Pride: <https://youtu.be/nNJPJ9BbnE>

PWC and Pride Amsterdam: <https://youtu.be/ww2oOmkuLtc>

Rabobank and Pride Amsterdam: <https://youtu.be/sNBDxK20nc4>

Phillips and Pride Amsterdam: <https://youtu.be/k6qScgMSF5Y>

AkzoNobel and Pride Amsterdam: https://youtu.be/t_Ao56Q58nl

Rijks Museum and Pride Amsterdam: <https://vimeo.com/177659456>

WorkPlacePride Foundation and Pride: <https://youtu.be/WjE4yc8-k-w>

FunHouse and Amsterdam Pride: <https://www.youtube.com/watch?v=wG2uFbnXHuo>

Rapido and Amsterdam Pride: <https://www.youtube.com/watch?v=cYK9qKwNWUY>

Milkshake Park Festival (during Pride week): <https://youtu.be/ECyZALRgIxo>

Annual report in Dutch

https://issuu.com/amsterdamgaypride/docs/jaarverslag_versie_23_feb_2cd97a23103ba6

Montréal

Questionnaire à destination des organisateurs de « *Gay-Pride* » / Marche des Fiertés LGBT

Ville : Montréal (Fierté Montréal)

Période : Du 10 au 20 août 2017

Durée : 11 jours

Nombre de participants : 2,2 millions en 2016

Organisation

Quelle est la structure juridique organisatrice officielle de la manifestation annuelle des LGBT dans votre ville ? (association, fédération d'associations, collectif informel, société privée, autre)

Organisation à but non lucratif (OBNL)

Quel mode de gouvernance et quel pilotage sont mis en place pour organiser la gay-pride et toute la programmation éventuellement associée (débats, projections, expositions...) ?
Disposez-vous d'une équipe permanente ?

Conseil d'administration de 10 personnes. Il y a une équipe permanente qui varie entre 5 et 7 personnes, dont un directeur de la programmation. De plus, Fierté Montréal organise une réunion consultative une fois par année permettant de discuter avec les membres et les organismes LGBTQ. C'est à cette occasion que plusieurs idées sont échangées concernant la programmation. Fierté Montréal lance également un appel à tous en début d'année afin de recueillir des propositions officielles de projets de la part des membres et organismes LGBTQ.

Quels types d'acteurs sont associés (collectivité locale, préfecture, commerçants...) ? Quelles contributions leur sont demandées (frais d'inscriptions, matériel...) ?

La Ville de Montréal, l'arrondissement de Ville-Marie, la Société de transport de Montréal, le Service de police de Montréal, le Service des incendies de Montréal, les ambulanciers, services de santé, Partenariat du Quartier des spectacles (PQdS).

La plupart offre leurs services gracieusement. Seul le PDsQ exige des frais de location d'éléments de mobilier urbain.

Le ministère des transports du Québec peut exiger des frais de fermeture de bretelles d'autoroute.

Quels moyens sont mis à la disposition des organisateurs par la ville hôte ?

La Ville de Montréal offre tous ces services gratuitement (fermeture de rues, agent de liaison avec les services, fourniture de matériel, sécurité, services ambulanciers, déplacement des itinéraires du bus urbains, etc.).

La Ville de Montréal offre également un soutien financier.

Avez-vous une estimation de l'affluence moyenne, sur 4 à 10 ans, des personnes présentes à votre Marche annuelle (police, organisateurs, mairie...) ?

- 2008 – 160 000 participants
- 2009 – 209 000 participants
- 2010 – 267 000 participants
- 2011 – 299 300 participants
- 2012 – 327 000 participants
- 2013 – 462 560 participants**
- 2014 – 393 400 participants
- 2015 – 500 585 participants
- 2016 – assistance totale de 2,2 millions** (nouvelle méthode de calcul)

**Selon le firme Segma Recherche.

Dans quelle(s) partie(s) de la ville est organisée votre Fierté gaie (un seul quartier, une grande avenue, dans plusieurs quartiers de la ville...) ?

Le parcours du défilé débute au centre-ville de Montréal et se poursuit vers l'est en direction du Village sur une distance de près de 3 km. L'important boulevard René-Lévesque, la plus grande artère du centre de Montréal, accueille le défilé.

Plus de 150 activités font partie de l'événement et la majorité d'entre elles se déroulent au centre-ville, dans le Vieux-Montréal, au parc Jean-Drapeau et dans le Village.

La place Émilie-Gamelin et le parc des Faubourgs sont les deux lieux de rassemblement importants pour la tenue des grands spectacles gratuits, tous deux situés dans le périmètre du Village.

Votre structure intervient-elle dans d'autres domaines que l'organisation de la Fierté ?

Non

Tourisme

Êtes-vous associé à la promotion de l'offre touristique de la ville qui accueille votre Fierté ?

Oui, avec Tourisme Montréal

Existe-t-il une page/un site internet dédié(e) exclusivement à la Fierté, où sont répertoriés la programmation, les dates, les événements et établissements partenaires, les offres... ?

- www.fiertemontrealpride.com

Établissez-vous des partenariats avec des acteurs du tourisme au moment de votre Fierté pour promouvoir l'événement ? (propositions d'offres dans les hôtels, restaurants, bars, clubs...)

Oui, avec des hôtels partenaires, restaurants du Village et du centre-ville, de nombreux musées, le parc d'attraction de La Ronde, de nombreux bars et clubs.

Nous offrons également des visites guidées du Village de Montréal.

Lutte contre les discriminations

Des campagnes de sensibilisation sur la lutte contre les discriminations sont-elles mises en œuvre spécifiquement durant votre fierté ou le reste de l'année ?

Oui, la majorité des campagnes sont initiées par le biais des nombreux groupes communautaires LGBTQ et diffusée pendant la Fierté mais également au cours de l'année.

Nous nous associons à ces campagnes au besoin en fournissant une aide logistique ou financière.

Les initiatives de lutte contre les LGBT-phobies sont-elles soutenues par la ville hôte ?

Oui

Comment est accueillie la fierté chaque année par les habitants ? Y a-t-il des protestations ?

Si oui, à quel(s) sujet(s) (lieux d'organisations de la Pride, LGBT-phobies, contre- manifestations d'anti, éventuelles dégradations, nuisance sonore...) ?

L'accueil est très enthousiaste de la part des citoyens, des médias et des entreprises. Il n'y a pas de protestations.

Quels sont les éventuels freins à l'organisation de la Pride ?

Le plus grand défi, pour lequel nous n'avons aucun contrôle... est la météo.

Le second défi est de sécuriser les budgets et le soutien financier chaque année.

Le troisième défi est de toujours s'assurer d'être inclusif et d'offrir une programmation diversifiée à l'ensemble des communautés LGBT.

Prévention

Des actions de prévention sont-elles mises en œuvre à l'occasion de la Fierté gai afin de réduire les risques liés aux consommations d'alcool et de drogues lors de l'événement et/ou pour sensibiliser le public aux risques liés aux pratiques sexuelles (distribution de brochures, d'eau, de préservatifs, de bouchons d'oreille, interventions de premier secours, interventions d'associations de prévention...)?

Oui, en partie. Ce sont souvent les organismes LGBTQ associés à Fierté Montréal qui vont initier des campagnes de prévention.

Culture

Votre Fierté est-elle l'occasion d'organiser une programmation culturelle particulière ?

Si oui, détailler : théâtre, cinéma, musique, arts visuels

- Soirées littéraires et de poésie, théâtre, cinéma, musique, arts visuels, danse.
- Événements sportifs (course, zumba), événements féminins, événements pour les jeunes.
- Journée communautaire

La Fierté est-elle l'occasion d'organiser une programmation nocturne particulière ?

Oui

Si oui, les établissements de nuit sont-ils incités à s'associer à l'événement ?

Tous les événements de nuit sont organisés par des entités indépendantes de Fierté Montréal (promoteurs, bars, clubs, etc.). Ces derniers deviennent des événements associés.

Existe-t-il une soirée officielle de la Fierté gaie?

Il en existe plusieurs. Ces soirées officielles sont des événements associés.

La Marche des Fiertés de Paris

Quelle image avez-vous de Paris sur les questions LGBT ? La Ville vous paraît-elle particulièrement « LGBT-Friendly » ?

Ville d'ouverture et accueillante.

Que pensez-vous de la Marche des Fiertés parisienne ? (en terme d'image, d'ampleur, de visibilité, de participation...)

De ce côté-ci de l'Atlantique, malgré l'intérêt marqué des Montréalais envers les cousins Parisiens, la Marche des Fiertés de Paris n'a pas un grand écho. On semble davantage connaître les Fiertés d'Amsterdam, Berlin, Madrid, Montpellier et même Sydney.

Tableau récapitulatif des réponses aux questionnaires

Villes	Amsterdam	Organisation	Montréal	Paris
Période	29 juill - 9 août	10 - 20 août	10 - 20 août	Dernier samedi de juin
Durée	9 jours	11 jours	11 jours	1 jour
Nombre de participants	650 000 (2016)	2.2 millions (2016)	2.2 millions (2016)	500 000 (2016)
Budget total	2,4 millions €	5,5 millions €	5,5 millions €	100 000 €
Structure organisatrice	Pride Amsterdam : Fondation sous licence ("umbrella licence") pour l'organisation d'événements publics de grand ampleur qui regroupe l'ensemble des prestataires	La Fierté Montréal : Organisation à but non lucratif (OBNL)	La Fierté Montréal : Organisation à but non lucratif (OBNL)	l'Inter-LGBT : structure inter-associtative
Equipe permanente	Oui (3 membres + un conseil d'administration bénévole)	Oui (5-7 membres permanents + un conseil d'administration de 10 pers)	Oui (5-7 membres permanents + un conseil d'administration de 10 pers)	Non
Acteurs associés	plus de 60 entreprises et fondations + la Ville	La Ville ; l'arrondissement de Ville-Marie ; la Société de transport de Montréal ; le Service de Police, des incendies, des ambulances, de santé de la ville ; le Partenariat du Quartier des Spectacles (PQDS)	La Ville ; l'arrondissement de Ville-Marie ; la Société de transport de Montréal ; le Service de Police, des incendies, des ambulances, de santé de la ville ; le Partenariat du Quartier des Spectacles (PQDS)	
Soutien logistique accordé par la Ville	non (budget frais de service sécurité et santé : 325 000€)	Tous les services cités ci-dessus sont accordés gracieusement par la Ville	Tous les services cités ci-dessus sont accordés gracieusement par la Ville	Service de nettoyage
Soutien financier accordé par la Ville	250 000 €	200 000\$ canadien	200 000\$ canadien	10 000 €
Lieu d'organisation de la Marche	2 parcs, 10 scènes, 5 équipements sportifs, 3 théâtres, 10 musées, 2 universités, 4 salles de conférence, 1 canal, 30 galeries d'art, 2 piscines, 3 clubs, 30 bars...	Centre-Ville, Vieux-Montréal, parc Jean Drapeau, le Village	Centre-Ville, Vieux-Montréal, parc Jean Drapeau, le Village	
Parcours de la Marche	L'ensemble du Centre-Ville + Canal Parade	Du centre-ville au Village sur 3km, en passant par la plus grande artère du centre de Montréal, le bid René-Lévesque	Du centre-ville au Village sur 3km, en passant par la plus grande artère du centre de Montréal, le bid René-Lévesque	En général : Bastille - République ou Hôtel de Ville - Bastille
Tourisme				
Partenariat avec l'offre touristique de la Ville	Oui (Amsterdam)	Oui (Tourisme Montréal)	Oui (Tourisme Montréal)	Non
Site internet dédié	www.pride.amsterdam.com	www.fiertemontrealpride.com	www.fiertemontrealpride.com	https://www.inter-lgbt.org/marche-des-fiertés/
Partenariat avec les acteurs du tourisme	Oui, tous les hôtels 4-5*, les musées, galeries et théâtres, tous les bars et restaurants gays,	hôtels partenaires, restaurants du Village et du centre-ville, musées, parc d'attraction de la Ronde, bars et clubs, etc.	hôtels partenaires, restaurants du Village et du centre-ville, musées, parc d'attraction de la Ronde, bars et clubs, etc.	Non
Lutte contre les discriminations				
Campagne de lutte contre les discriminations	Oui, notamment via des vidéos diffusées toute l'année sur leur chaîne Youtube	Oui, mais elles sont menées par les associations. Cependant l'organisation de la Fierté peut s'associer	Oui, mais elles sont menées par les associations. Cependant l'organisation de la Fierté peut s'associer	Oui
Politiques publiques contre les LGBT-phobies	Human Rights Watch, Amnesty International, Hivos, Ministère des Affaires étrangères	Oui, soutient des initiatives par la Ville.	Oui, soutient des initiatives par la Ville.	Oui
Protestations possibles de la part des habitants	Oui, poursuites juridiques chaque année	non	non	Peu
Eventuels freins à l'organisation de la Marche	réunir les fonds	la météo ; le budget ; l'inclusion et la diversité de la programmation pour répondre aux attentes de l'ensemble des communautés LGBT	la météo ; le budget ; l'inclusion et la diversité de la programmation pour répondre aux attentes de l'ensemble des communautés LGBT	Budget, date
Prévention				
Actions de prévention contre les risques (alcool, MST...)	Oui. Distribution de préservatif, de test VIH gratuits, interdiction de vote d'alcool pour les -18ans	Oui, par les associations	Oui, par les associations	Oui
Culture / Nuit				
Programmation culturelle associée	Différents programmes: Arts et Cultures, Trans Pride, Sport, Cinema, Religion, Senior...	soirées littéraires, poésies, théâtre, cinéma, musique, arts visuels, danse	soirées littéraires, poésies, théâtre, cinéma, musique, arts visuels, danse	Quinzaine des Fiertés
Programmation nocturne associée	animations de rue jusqu'à minuit + diverses soirées dans des lieux fermés	oui, ils sont organisés par les établissements et les promoteurs	oui, ils sont organisés par les établissements et les promoteurs	Non
Partenariat avec les établissements de nuit	oui	oui, ils sont associés à la Fierté	oui, ils sont associés à la Fierté	Non
Soirée officielle	soirée d'ouverture (20 000 pers) et soirée de fermeture (8000 pers)	Oui plusieurs, mais ce sont des événements associés	Oui plusieurs, mais ce sont des événements associés	Non
La Marche des Fiertés de Paris				
L'image de Paris	"C'est une très bonne parade, mais la ville semble morte pendant la Parade, pas comme Amsterdam où toute la ville est habillée aux couleurs du Rainbow Flag..."	"Ville d'ouverture et accueillante"	"Ville d'ouverture et accueillante"	
Opinion sur la Marche des Fiertés parisienne	"Beaucoup plus de participants qu'à Amsterdam, mais [Amsterdam] est une plus petite ville"	"(...) la Marche des Fiertés de Paris n'a pas un grand écho. On semble davantage connaître les Fiertés d'Amsterdam, Berlin, Madrid, Montpellier et même Sydney."	"(...) la Marche des Fiertés de Paris n'a pas un grand écho. On semble davantage connaître les Fiertés d'Amsterdam, Berlin, Madrid, Montpellier et même Sydney."	



Paris, le 4 mars 2016

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

De nouvelles annonces en faveur de la lutte contre les crimes de haine à raison de l'orientation sexuelle et de l'identité sexuelle et la présentation des chiffres 2015 des actes homophobes et transphobes relevés par la Gendarmerie et la Police Nationales

Flag ! réunissait le 6 février dernier ses membres à la Mairie du 10ème arrondissement pour sa traditionnelle assemblée générale durant laquelle intervenaient le représentant de l'Inspection Générale de la Gendarmerie Nationale (IGGN) venu présenter la cellule STOP DISCRI, plateforme de signalement des discriminations interne à la gendarmerie, puis le président de VELSPOL, l'association de policiers LGBT allemands.

A l'issue de cette assemblée générale durant laquelle 17 personnes ont été élues au conseil d'administration, la représentante de la Direction Générale de la Police Nationale (DGPN) puis celui de la Direction Générale de la Gendarmerie Nationale (DGGN) ont pris successivement la parole pour renouveler une fois encore le soutien de nos institutions aux actions de Flag ! pour combattre les crimes de haines lesbophobes, homophobes, biphobes et transphobes dont sont victimes policiers et gendarmes mais également pour améliorer l'accueil des personnes LGBT dans nos services.

De ces annonces, Flag ! retient plusieurs éléments positifs conformes à ses demandes comme la signature d'une convention avec la DGGN de nature à faciliter ses actions dans les écoles et les unités de Gendarmerie, la création d'un réseau national de correspondants «égalité professionnelle et diversité» ou la réalisation du film sur les discriminations, sollicité par notre association, et destiné aux écoles de Gendarmerie.

Flag ! se satisfait également du projet d'extension à la Police Nationale de la cellule STOP DISCRI, placé sous la tutelle de l'IGPN. Une annonce qui répond pleinement à notre souhait et qui facilitera les démarches en vue d'obtenir le Label Diversité déjà promis trois ans plus tôt.

Plusieurs recommandations relatives à l'accueil des personnes trans dans les services de police et de gendarmerie ont été présentées récemment.

.../...

Flag ! Maison des associations – Boîte n° 51 – 206 Quai de Valmy – 75010 PARIS – Tél : 06.52.87.82.09
*Conventionné avec la Direction Générale de la Police Nationale et la Direction Générale de la Gendarmerie Nationale
– Membre de l'European Gay Police Association –*

Paris Black Pride

L'unité dans la diversité

14-16 juillet 2017

Demande de partenariat à

MAIRIE DE PARIS 



Paris Black Pride > L'association



© Les membres fondateurs de la Paris Black Pride



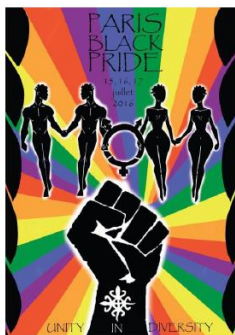
© Louis-Georges Tin et Audrey Pulvar, parrain et marraine de l'association

- Créée en mars 2016, **Paris Black Pride**, association loi 1901, a pour objet de **favoriser l'inclusion sociale et la visibilité des personnes LGBT afro-descendantes** et / ou de couleur, en France, dans les Outre-mer et en Europe.
- Une très jeune association qui, très vite a su développer sa visibilité sur **des sujets forts** au plus haut niveau institutionnel.
- Paris Black Pride organisera pour la deuxième année consécutive le **Paris Black Pride Weekend, les 14, 15 et 16 juillet 2017**

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



14 - 16 juillet 2017 > Le Paris Black Pride Weekend



© Affiche Paris Black Pride 2016

- Célébrer la profusion des talents et la créativité de nos communautés
- Eduquer et divertir grâce à toutes les formes d'expression artistique
- Apporter des réponses concrètes pour lutter contre le racisme, l'homophobie, la lesbophobie, la transphobie et la biphobie.

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



14 - 16 juillet 2017 > Le Paris Black Pride Weekend



© Paris Black Pride lors de la Marche des Fiertés 2016

- Une « séquence » événementielle et culturelle constituée d'une série de **concerts**, de **rencontres inédites et prestigieuses**, de **performances artistiques**, de soirées **clubbing** et de projections de **documentaires et fictions**.
- **Plusieurs centaines de participants**, dont plusieurs dizaines venus des États Unis, du Canada, d'Angleterre et du reste de l'Europe, des Caraïbes doivent voyager en direction de Paris dans la période du **10 au 17 juillet 2017** afin de participer à notre événement.

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



190,5 mm

Mairie de Paris & Paris Black Pride ?



- **Mairie de Paris** : une institution municipale qui par ses politiques soutient des projets culturels et de cohésion sociale de sources associatives.
- **Paris Black Pride** : une association qui défend les droits des minorités sexuelles et culturelles.

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



Partenariat Mairie de Paris & Paris Black Pride

Un partenariat sous forme d'échange marchandises, dont nous vous proposons de définir ensemble les termes, les modalités et les contours dans l'objectif d'assurer :

1. **Visibilité de la Mairie de Paris** sur tous nos supports de communication (application numérique, PLV, textile, événements et prises de parole média)
2. **Mise à disposition de certains sites** pour la tenue de certains de nos événements
3. **Mise à disposition d'outils de logistique divers** comme du mobilier de sécurité, du mobilier d'accueil et autres
4. **Visibilité de nos événements** sur les espaces publicités et communication de la Mairie

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



Partenariat Mairie de Paris & Paris Black Pride



- **Mise à disposition d'une salle de cinéma pouvant accueillir au moins 150 personnes** pour deux événements le vendredi 14 juillet à partir de 14h00 à 19h30:
 - projection d'œuvres cinématographiques en partenariat avec Massimadi
 - moment d'échange exceptionnel entre Angela Davis et Christiane Taubira en partenariat avec Afropunk

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



Partenariat Mairie de Paris & Paris Black Pride



- **Mise à disposition d'une salle polyvalente pouvant accueillir au moins 100 personnes** (Hôtel de Ville ou autre Mairie d'arrondissement) pour deux événements le samedi 15 juillet de 10h00 à 11h30 et 14h00 à 17h00:
 - tenue d'ateliers divers de service à la communauté (ou Community service) en matinée.
 - tenue de deux tables rondes en après-midi dont les thématiques seront communiquées ultérieurement.

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



Partenariat Mairie de Paris & Paris Black Pride



- **Mise à disposition du Parc Floral** pour l'un des moments phare du week-end sur la base d'un festival musical gratuit avec un riche plateau artistique le dimanche 16 juillet 2017 de 14h00 à 20h00:
- tenue d'un festival musical sur la forme d'un pique-nique dans le beau cadre du Parc Floral avec votre partenariat avec la participation nombreux et nombreuses invité.e.s comme des artistes internationaux, nos partenaires, les associations militantes de France et d'ailleurs.

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



Partenariat Mairie de Paris & Paris Black Pride

Un partenariat fondé sur une communauté de valeurs

- Renforcement des liens de partenariat entre la Mairie de Paris et Paris Black Pride
- Proposer des programmes autour de la culture pour améliorer la cohésion sociale entre les différentes communautés
- Accompagner les programmes de la même nature proposés par Madame Hélène Bidard, Maire adjointe chargée de toutes les questions relatives à l'égalité femmes/hommes, la lutte contre les discriminations et des Droits Humains

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



Partenariat Mairie de Paris & Paris Black Pride



© Mairie de Paris, actions de Madame Bidard



© Audrey Pulvar, marraine de l'association

Un partenariat fondé sur une communauté de valeurs

Contact partenariats : gloriapourpre@gmail.com

Portable : 06 31 18 85 86

Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



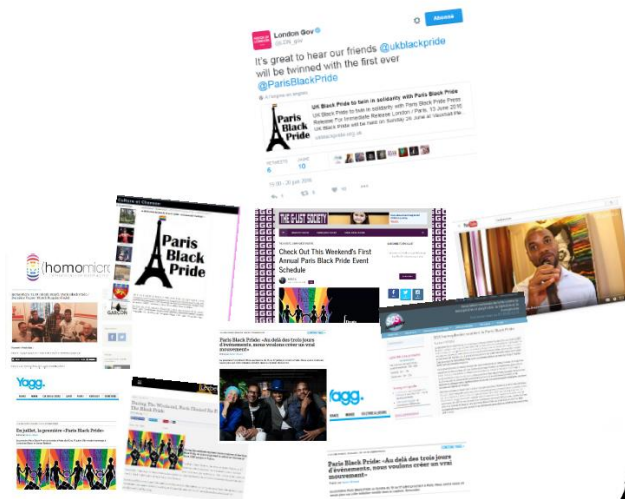
Paris Black Pride 2016 dans la presse

Libération : <https://lc.cx/lwvN>
Africa N°1 : <https://lc.cx/lwvc>
Gayvox : <https://lc.cx/lwvT>
HomoMicro : <https://lc.cx/lwvq>
SOS Homophobie: <https://lc.cx/lwvG>

Yagg :
<https://lc.cx/lwvf>
<https://lc.cx/lwvx>

Blogs :
<https://lc.cx/lwvS>
<https://lc.cx/lwvi>
<https://lc.cx/lwv5/>

France Ô et
Outre-mer 1^{ère}
(radio, télé et Internet)



Un partenariat pour célébrer le talent et la créativité de nos communautés



Annexe 9 : Présentation « Shopping Night », Galeries Lafayette Berlin



Peep Shopping Night
26. Juni 2015




Groupe
Lafayette



Konzept

- Shopping Nacht
- Freitag, 26.06.2015
- 20.00-24.00 Uhr
- Pre- Nacht des Christopher Street Days
- Bars, DJs, Animationen auf allen Etagen im Haus

- Motto: LATIN LOVER

- Gäste: ca. 13 000 (Berliner, Touristen, Stammkunden, Drag Queens, Transvestiten uvm.)

Videos der letzten Jahre:

2012 <https://www.youtube.com/watch?v=XaaVbYOJbFA>

2013 <https://www.youtube.com/watch?v=bArFD5qsaU>

2014 <https://www.youtube.com/watch?v=kHeiD6Dva-M>


Groupe
Lafayette

Annexe 10 : Visuel de l'OTCP sur le thème "le Paris Festif" : "Les lieux LGBT où faire la fête à Paris »



Annexe 11 : La typographie « Type with Pride »

La typographie utilisée dans ce présent rapport a été créée par Mohamed Ghenania. Cette *Rainbow typo*, appelé « Type with Pride », a été réalisée en l'honneur de Gilbert Baker, le créateur du *Rainbow Flag*, artiste américain et militant des droits civils LGBTIQ, décédé le 31 mars 2017.

Cette typographie est libre de droit et cherche actuellement à être diffusée.

Son créateur, Mohamed Ghenania travaille déjà en partenariat avec la New York City Pride⁵². Il a organisé en ce moment un concours pour promouvoir l'utilisation créative de cette typographie.

Site internet de « Type with Pride », pour télécharger et utiliser la typographie :

<https://www.typewithpride.com>

Concours lancé pour promouvoir la typographie :

<https://www.typewithpride.com/contest>

Contact Mohamed Ghenania: mohamed@fontself.com

⁵² <https://www.nycpride.org/>