



## **Etude relative à l'adaptation des services et à la recherche de services innovants répondant à la dimension métropolitaine des Halles**

***Phase 3 : "mise au point pré-opérationnelle des services validés"***

**- Fiches de présentation des propositions -**

## **Proposition : des toilettes publiques de qualité et « socialement accessibles »**

### **Enjeux**

- Assumer davantage l'hospitalité de la métropole à partir de cette porte d'entrée privilégiée.
- Mettre à disposition des usagers de ce lieu central, un ensemble de services faisant partie des « basiques » en terme d'hospitalité.

### **Description**

- des toilettes publiques avec des services associés :
  - salons maquillage/coiffage,
  - coin « change bébé » et toilettes pour enfants,
  - vêtements d'appoint (sous-vêtements jetables),
  - consignes /vestiaires séchants (pour cyclistes, motards,...),
  - eau potable gratuite.
- cette offre est destinée essentiellement aux voyageurs du pôle transport. Ce n'est donc pas un service de destination (pas de signalisation en dehors du pôle transport)
- des horaires calés sur ceux du pôle transport
- un service incarné

### **Modalités Opérationnelles**

- **Emplacement** : dans la galerie latérale au niveau -4
- **Besoins en surface** : 90 m<sup>2</sup>
- **Aménagement** :
  - Toilettes hommes = 4 cabines dont une PMR + 4 lavabos + 2 urinoirs = 30 m<sup>2</sup>
  - Toilettes femmes = 5 cabines dont une PMR + 4 lavabos + espace maquillage/coiffage avec 2 coiffeuses + 2 fauteuils = 45 m<sup>2</sup>
  - Espaces bébés/enfants = 1 cabine pour enfant + 1 lavabo + 1 change bébé + 2 fauteuils + 1 siège bébé = 15 m<sup>2</sup>
  - Fontaine d'eau potable gratuite (donc avec accès indépendant de celui des toilettes)

Ne sont pas comptés ici les services supplémentaires : consignes/vestiaires séchants et distribution de vêtements d'appoint (cf. en lien avec du commerce équitable par exemple).  
Remarque : option demandant plus de surfaces (environ 15 à 20m<sup>2</sup>)

#### **- Coût d'investissement :**

- La galerie latérale résulte de la réduction de la surface du parking Berger. Ces surfaces font l'objet d'une négociation Ville de Paris / RATP / Unibail.
- Compte tenu du public visé (voyageurs) et au regard de l'ensemble des travaux nécessaires à la création de la galerie latérale, située au -4, par rapport auxquels l'aménagement de ces sanitaires représente une part mineure, il convient d'intégrer le coût de leur aménagement dans le budget global d'investissement du projet Transport.

#### **- Mode de gestion :**

- horaires : tous les jours de 6h à minuit (les horaires pratiqués aujourd'hui dans les grandes gares sont de 6h à 23h).  
remarque : horaires à adapter avec l'évolution probable vers davantage d'amplitude pour les transports en commun lourds (cf. Région Ile-de-France).
- personnel : 2 postes (1 pour le nettoyage et 1 pour l'accueil/surveillance) = 2x3,6 ETP = 7,2 ETP (3,4 ETP au lieu de 3,6 pour les horaires de gares de 6h à 23h).
- Coûts d'exploitation (comprenant le personnel, les consommables, les fluides, le nettoyage et l'entretien et les frais, taxes et impôts) = 80 centimes par an par passage sur une fréquentation annuelle de 500 000 passages.

Exemple : les toilettes de la Gare de L'Est, avec une fréquentation annuelle de 500 000 passages, coûtent 150 000 euros par an au final (400 000 euros de dépenses pour 250 000 euros de recettes). Elles sont payantes (50 centimes avec gratuité pour certains publics).

- 2 scénarios proposés pour le modèle économique :

- Scénario 1 : le modèle « station-service » appliqué à un commerce

Adosser ce service à un commerce / service lié à la santé et à l'hygiène (pharmacie ou laboratoire d'analyses)

Ce modèle s'inspire des concessions données sur les autoroutes pour les relais services qui ont l'obligation de mettre à disposition et d'entretenir des sanitaires pour avoir le droit de bénéficier des surfaces qui leurs sont concédées.

Le propriétaire met à disposition le local avec un loyer intéressant contre une prise en charge totale des toilettes adossées à ce local d'une surface de 100 m<sup>2</sup> (surface autorisée par la préfecture pour les unités commerciales de la galerie latérale).

Le propriétaire des lieux passe alors un contrat avec le commerce en question précisant les conditions de gestion et donnant un droit de suivi des résultats attendus (prix, propreté, horaires à respecter,...) au même titre que les contrats passés dans les grandes gares avec les sociétés spécialisées.

Problème : La surface autorisée pour des commerces est petite notamment pour un laboratoire d'analyse sachant que celui de la Défense a une surface de 160 m<sup>2</sup> et qu'il faut 40 m<sup>2</sup> minimum pour la zone technique ce qui ne laisserait, dans le cas d'une cellule de 100 m<sup>2</sup>, que la moitié de la surface environ pour l'accueil et les cabines d'analyses.

- Scénario 2 : le modèle « station-service » appliqué à l'ensemble des commerces du pôle transport

Le propriétaire des locaux prend en charge l'exploitation des toilettes qu'il confie à une société spécialisée après lancement d'un appel d'offres avec un cahier des charges précisant les obligations à respecter. Le contrat passé, là aussi, permet un droit de suivi des résultats attendus (prix, propreté, horaires à respecter,...) .

La société couvre une partie de ses dépenses par les recettes (prix des toilettes à 50 centimes) et l'exploitant couvre le reste des dépenses (environ 40% des dépenses totales) qu'il subventionne par une partie des redevances globales versées par les commerces du pôle transport (500 m<sup>2</sup> au total)

Remarque : Suite à l'échange avec les différents partenaires concernés, le scénario 2 semble être le plus réaliste. En effet, la surface réduite pour les cellules commerciales, rend le scénario 1 difficile à appliquer

- Possibilités dans le cadre du scénario 2 :

Les surfaces récupérées du parking Berger pour l'agrandissement du pôle transport sont réparties de la manière suivante :

- « une entité commerces » : 500 m<sup>2</sup> de surfaces commerciales qui seront acquises par Unibail

- « une entité gare » : le reste des surfaces qui appartiendront à la Ville. Celle-ci en donnera la propriété finale au STIF ou à la RATP

- option 1 : les locaux des toilettes font partie de « l'entité gare »

- option 2 : les locaux des toilettes font partie de « l'entité commerces »

pour cette 2<sup>ème</sup> option, la Ville aurait la possibilité de confier la gestion des toilettes à Unibail tout en garantissant le respect des conditions indiquées (conditions d'accès, horaires,...)

## Proposition : Une bibliothèque d'échange métropolitaine

### Enjeux

- Affirmer la dimension métropolitaine en s'adressant aux voyageurs en leur offrant un service autour de la lecture.
- Proposer une offre de lecture innovante, qui valorise la notion d'échange entre lecteurs.
- Sortir la lecture des lieux « dédiés » et des « temps » institutionnels (cf. horaires des bibliothèques souvent peu adaptés aux actifs pendulaires).

### Description

- Offrir un service de prêt de supports de lecture (y compris numériques) :
  - au plus près des voyageurs, c'est à dire au sein du pôle transport,
  - qui s'inspire des modèles de bibliothèques d'échange en Allemagne, des « bibliometro » à Santiago du Chili et à Madrid et des opérations de « book-crossing ».

### Modalités Opérationnelles

**Emplacement :** au niveau -4 du pôle transport (espace réservé par la RATP dans la galerie latérale)

#### Mode de gestion :

Deux options possibles pour la gestion de la bibliothèque d'échange :

1. un espace de dépôt/prêt géré par une institution ou un réseau de lecture publique.
2. une gestion plus souple, entre lecteurs, assumée par une association par exemple (cf. expérience d'ATD quart monde et des bibliothèques hors les murs).

Le système qui sera mis en place aux Halles pourrait préfigurer un service susceptible d'être étendue à d'autres gares franciliennes.

#### Remarque :

Le fonctionnement de la bibliothèque d'échange sera indépendant de celui de la bibliothèque de la Canopée mais il doit contribuer à la faire connaître.

#### Modalités de travail proposées :

Cette proposition prenant place sur le territoire parisien, aux Halles, mais étant par nature métropolitaine devrait être portée conjointement par la Ville de Paris et la Région (également financeur du pôle Transport).

Pour préciser le service et son mode de fonctionnement et d'exploitation, une étude de préfiguration pourrait être lancée conjointement par la Ville de Paris et la Région, incluant le site des Halles, mais sans s'y restreindre, permettant d'aboutir à une mise en service concomitante avec la livraison du nouveau pôle transport de Châtelet-les Halles en 2015.

## Proposition : Un « kiosque informationnel »

### Enjeux

- Donner à l'utilisateur métropolitain des Halles une information qui correspond à ses pratiques « hybrides » : il peut être à la fois voyageur, client, touriste,... et l'information dont il a besoin concerne toutes ces offres indistinctement :

- cette information n'obéit pas à la logique des acteurs institutionnels présents sur le site qui tend à une approche thématique et segmentée.
- elle est transversale et articulée, dépasse les missions basiques de chacun et ne peut être supportée par aucun d'entre eux sur un champ aussi varié et sur une telle amplitude.

Il s'agit, d'une information multidimensionnelle, incarnée, regroupée en un lieu « unique », combinée, simplifiée, personnalisée et mobilisant toutes les nouvelles technologies.

- Prendre en compte les différentes temporalités du site, dont la nuit, et ce :

- en valorisant la vie nocturne dans la métropole parisienne,
- en répondant aux attentes parfois très spécifiques des usagers de la ville la nuit.

Il s'agit de donner accès à cette information sur des amplitudes horaires importantes, voire, 24h/24.

### Description

- le « kiosque informationnel » est un lieu :

- unique, visible et bien identifié de jour comme de nuit (cf. en référence au concept de « station de nuit » étudié par la RATP)
- polyvalent, donnant accès à des informations, à la fois :
  - o culturelles / de loisirs
  - o touristiques
  - o sur les transports
  - o sur l'offre commerciale
  - o sur les événements se déroulant aux Halles
  - o sur des événements se déroulant hors Paris intramuros, accessibles facilement à partir des Halles
  - o sur l'orientation
- multilingue
- qui fonctionne comme un « moteur de recherche » et propose une information en temps réel grâce à l'utilisation des nouvelles technologies et à la présence d'agents qui maîtrisent les outils et les bases de données disponibles (Ville de Paris, RATP, SNCF, Région Ile-de-France,...)
- de pause et de convivialité
- de services pour les métropolitains mobiles (accès Wifi, téléphone, service « Weblib » de location d'ordinateurs portables (à l'étude par services de la Ville de Paris), rechargement de batteries de matériel numérique,...)
- qui fonctionne sur l'amplitude maximale (extension possible des horaires de fonctionnement des transports en communs lourds vers une ouverture plus tôt le matin et toute la nuit le samedi)

- la nuit, le kiosque pourrait également continuer à assurer sa fonction tout en s'adaptant aux attentes spécifiques des usagers de la ville la nuit. C'est un lieu :

- visible et facilement repérable la nuit (fonction de « phare » cohérente avec la figure urbaine de la Canopée)
- qui revêt une nouvelle apparence (par rapport à la journée)
- identifié comme un lieu ressource

- d'attente rassurant et convivial (métro, RER, Noctilien, aéroports et autres)
- de rendez-vous (attendre des amis pour rentrer ensemble)
- permettant la rencontre

Remarque :

Ce service de nuit peut être adossé à un café, restaurant, bar,... (café littéraire, café du 21<sup>e</sup> siècle) ce qui permettrait, aux usagers qui le souhaitent, d'attendre dans un endroit perçu généralement comme rassurant, convivial et confortable tout en bénéficiant de l'information concernant les horaires des transports (à travers un affichage sur écran dans le café)

### Modalités Opérationnelles

- **Emplacement** : sur la terrasse du niveau -1 de la Canopée
- **Besoins en surface** : environ 60 m<sup>2</sup> (hors terrasse)
- **Aménagement** :
  - Accueil : 3 postes d'accueil permanents.
  - WC et vestiaires pour le personnel (pour mémoire)
  - Réserves à proximité (15 m<sup>2</sup>)
  - Fontaine d'eau potable
  - Espace pour bornes interactives (3 bornes dont le prototype pourrait s'inspirer des bornes d'information Urbam de la RATP)
  - Espace de « pause » à l'intérieur du kiosque, équipé de mobiliers confortables
  - Espaces de « pause » sur la terrasse associés au kiosque et équipés de mobiliers confortables
  - Equipement en écrans IMAGE de la RATP

Remarque : tout ou partie de la terrasse du niveau -1 constituera donc le prolongement de « l'objet » kiosque.

#### - Aménagement de nuit :

- espace et mobilier modulables : une partie du Kiosque seulement reste accessible afin d'éviter de voir des guichets fermés et des espaces vides la nuit (contraire à l'aspect « rassurant » souhaité pour ce lieu) et afin de « différencier » les deux fonctions données à ce même espace (perceptions diurnes et nocturnes différentes)
- priorité donnée aux espaces d'attente (espaces à l'intérieur du kiosque et espaces de la terrasse du niveau -1 associés à ce lieu)
- dimension « nouvelles technologies » renforcée (bornes interactives, écrans IMAGE de la RATP...)

Remarque relative à l'aménagement :

la visibilité du kiosque et l'évidence de sa fonction constituent des enjeux importants qui peuvent trouver une traduction architecturale.

#### - Mode de gestion :

- horaires : deux options
  - option 1 : de 6h à minuit : horaires élargis (prenant en compte les horaires des transports en communs pour les agents).
  - option 2 : 24h/24 : si le contexte évolue vers une ouverture 24h/24 des espaces publics de la Canopée et/ou vers une extension des horaires de fonctionnement des transports en commun lourds.

- personnel : deux scénarios

### - Scénario 1

- Statuts :

Les agents d'accueil relèvent des différentes institutions concernées (RATP, SNCF, Unibail, OCTP, CRT, Office Culturel). Ils bénéficient d'une formation complémentaire commune (coordonnée par l'Office Culturel, avec la participation des différents partenaires concernés par l'information diffusée dans le kiosque).

Ce scénario suppose une mobilisation (mise à disposition) de personnels (aux statuts différents) de la part des partenaires.

- Postes :

- Présence simultanée de 3 agents d'institutions différentes au minimum permettant de disposer d'informations :

- transports : 6h – 00h
- culturelle et touristique : 6h – 00h
- commerciale : horaires d'ouverture du centre commercial (10h – 20h aujourd'hui)

- Présence d'un agent polyvalent pour l'ouverture nocturne

- Coûts :

- OCTP : 1 ETP = 40 000 € toutes charges comprises (avec heures supplémentaires à partir de 21h)

- Unibail : 1 ETP = 35 000 €

- RATP, SNCF, CRT, Office culturel : à préciser

- Inconvénients :

(-) la maîtrise « égale » des données et du conseil.

(-) les statuts différents des agents (chacun dépendant d'une convention particulière).

(-) la difficulté de certaines institutions à mettre à disposition des agents sur des amplitudes aussi larges.

(-) le risque de retomber dans l'information sectorielle selon la disponibilité des agents.

### - Scénario 2

- Statuts :

Les agents d'accueil ne sont pas rattachés aux institutions. Ils sont « neutres » et sont rattachés à un opérateur tout en bénéficiant des participations des différents partenaires. Cet opérateur pourrait être l'Office Culturel. Ces agents seront donc polyvalents dans leur formation et leur statut homogène.

Dans ce scénario, la participation des partenaires concernera :

- le financement de ce service
- la formation des agents (y compris en termes de « médiation »)
- la mise à disposition des bases de données nécessaires et leur mise à jour régulière (afin de permettre aux agents de donner une information fiable et complète aux usagers)

- Postes :

3 postes permanents de 6h à minuit = 3x3,6 ETP = 10,8 ETP

(1 poste pour l'ouverture nocturne = 1,2 ETP)

- Avantages / Inconvénients :

(+) gestion des agents d'accueil plus simple (même statut)

(-) à qui rattacher les agents ? à l'Office Culturel ? (rajouter des missions à cette structure)

**Remarque : la fermeture des espaces publics de la Canopée la nuit (place basse et terrasse du niveau -1) remet en question l'ouverture de ce service la nuit.**

## Proposition : La promotion de l'offre culturelle et du patrimoine métropolitains

### Enjeux

Les Halles comme portail artistique et culturel et miroir de l'offre métropolitaine :

- mettre le hub au service de l'offre culturelle métropolitaine et du tourisme urbain :  
accessibilité / visibilité / promotion
- contribuer au dépassement des frontières entre Paris et le reste de la métropole
- contribuer à faire prendre conscience de la dimension métropolitaine du site : les Halles sont une porte d'entrée à Paris :
  - un lieu de rendez-vous
  - un lieu de destination
  - un lieu de départ vers d'autres territoires de Paris et de l'ensemble de la métropole (fonction de gare centrale de la métropole).
- permettre aux métropolitains « d'enrichir » leur temps de présence aux Halles à travers la mise à disposition d'une information culturelle métropolitaine simplifiée voire personnalisée.
- favoriser la fréquentation des équipements culturels hors Paris souvent perçus comme éloignés mais dont l'accès peut être favorisé à travers l'offre de mobilité présente sur site.
- « contribuer à dessiner un maillage géographique important des lieux de diffusion et de production culturelles à l'échelle de l'agglomération œuvrant, consciemment ou non, pour l'émergence de nouvelles identités territoriales, à l'échelle des quartiers comme à l'échelle métropolitaine ». (« les nouveaux territoires de l'action culturelle dans le cœur de l'agglomération parisienne », APUR, février 2010).
- donner une meilleure connaissance du patrimoine parisien aux métropolitains et réciproquement.

### Description

- Deux points essentiels liés à l'existence du hub sont à exploiter :

- l'offre de mobilité exceptionnelle mise à disposition des métropolitains à partir des Halles.
- le point de rendez-vous que constituent les Halles pour de nombreux métropolitains qui s'y retrouvent sans forcément savoir quoi faire par la suite (un des enseignements des enquêtes).

La promotion de l'offre culturelle et événementielle métropolitaine en ce lieu prend donc tout son sens. Elle passe par :

- une mise en information de cette offre et son articulation avec l'offre de mobilité afin d'en faciliter l'accès (dont les freins à la fréquentation par certains métropolitains sont souvent d'ordre « psychologique »), et avec l'offre touristique.
- une mise en valeur, plus spécifique, de l'offre de mobilité en soirée et notamment pour les sorties tardives de spectacles (navettes organisées par les établissements culturels, covoiturage,...) afin de favoriser la fréquentation de certains équipements éloignés ou plus difficiles d'accès.



- des coopérations entre artistes et structures culturelles à l'échelle métropolitaine pour « médiatiser » les activités et la programmation des lieux et des réseaux artistiques extramuros et permettant d'aller à la découverte de certains lieux culturels tout en faisant du trajet une expérience artistique en soi (cf. les « parcours Hospitalités » organisés par le Réseau TRAM d'art contemporain).
- la promotion des territoires et acteurs dynamiques et innovants.

### **Modalités Opérationnelles**

Il s'agit, pour cette proposition, de définir une **stratégie** et non pas un programme d'actions étant donné les problèmes de légitimité et de compétences difficiles à résoudre dans les temps courts de l'étude.

#### **Axes de stratégie :**

1. La sélection ASSUMÉE de programmes culturels et artistiques d'échelle métropolitaine, qu'ils soient dans Paris ou hors Paris.
2. Le volontariat des collectivités / acteurs.
3. La promotion privilégiée des lieux et réseaux facilement accessibles à partir des Halles.
4. La promotion de formes et de programmes « émergents » (ayant besoin d'un « coup de pouce ») avec parfois un focus sur un territoire donné.
5. La promotion de formes présentes aux Halles (les cultures urbaines, la lecture publique, la musique et notamment classique en lien avec le conservatoire).
6. La mise en valeur des lieux et des réseaux qui « coopèrent » et notamment des Halles comme lieu de diffusion et de partenariat privilégié avec Paris pour les acteurs non-parisiens.

#### **Actions à mettre en œuvre :**

- Création d'un portail internet unique et « mis en image » dans le kiosque informationnel.
- Matérialisation d'une information simplifiée, accessible depuis les Halles et combinant l'offre culturelle à l'offre de transport associée.
- Coproduction entre des structures métropolitaines et les acteurs culturels de l'Office Culturel (en gestation) pouvant aller jusqu'à « inviter » certaines manifestations aux Halles.
- Coopération entre des structures métropolitaines « reliées » par les Halles sur la base, par exemple, de « chartes de coopération ».

**Modalités proposées :**

Cette proposition par nature transversale implique de nombreux acteurs.

Le portage de cette stratégie et la coordination de sa mise en œuvre seront déterminants.

3 hypothèses sont envisageables, chacune s'appuie sur la désignation d'un chef de file différent :

1. portage Ville de Paris, coordination à assurer par la DPMC impliquant en interne DAC, DICOM (aspect communication et création d'outil virtuel), DPVI (expérience), collectivités et établissements culturels volontaires.
2. portage syndicat Paris-Métropole dans le cadre des « 101 initiatives pour la métropole »
3. portage par la Région

La première action pourrait consister à créer l'outil virtuel, nécessairement évolutif, sans attendre la livraison de la Canopée.