



DE LYON A PORTO : L'EUROPE, NOTRE FORCE INTERIEURE

I - Le contexte du projet et ses motivations

L'aventure a commencé par...

Une petite phrase amusante prononcée lors d'un débat pour décrire le sentiment d'appartenance à l'identité européenne : « Le Portugal m'a donné la vie, la France m'a éduquée, l'Italie m'a épousée... ».

Des mots simples pour dépeindre une identité plurielle, transnationale partagée par des milliers de citoyens européens. Ils vivent, travaillent en France, au Portugal, se reposent en Italie, en Espagne ou ailleurs. L'important pour eux est de ne jamais être loin d'un aéroport.

À l'heure actuelle il n'est plus possible de nier l'existence de la force de cette identité européenne. Elle s'épanouit quotidiennement sous de multiples facettes (réseaux économiques, politiques, intellectuels, etc). Elle s'éprouve encore plus vivement lorsqu'on s'éloigne de l'horizon de notre vieux continent.



C'est à ceux qui croient en la promotion de ce lien et à l'idée que le partage rend plus fort, que s'adresse ce projet.



L'urbanité comme langage commun

Selon nous, cet objectif ambitieux peut également reposer sur ce que les sciences sociales appellent l'urbanité : le «savoir-vivre», les compétences développées par les citoyens pour établir des relations entre inconnus au sein de la ville, la métropole. Concept qui, dans sa version politique, tend à rejoindre celui de cidadinité, la cidadenneté.

Dans cette perspective, l'urbanité peut être appréhendée comme une forme de ciment transnational. Il s'agit aussi d'appréhender la vie citadine au sein d'un territoire « pragmatique » comme un univers où chacun à apprendre de l'autre pour mieux réagir aux évolutions de la société globale.

Pour construire l'Europe des territoires, il ne peut y avoir de vision unique de la ville ; plutôt un accord sur le caractère que doit avoir la ville du futur et sur les principes sur lesquels une ville européenne idéale devrait être fondée. Ces principes reflètent les valeurs de l'UNION : creuset d'avancées sociales, plateformes de la démocratie locale, de dialogue culturel, de diversité, lieux écologiques ou environnementales, pôles d'attractivité et moteurs de croissance économiques.

Pour une stratégie prospective, l'implication des territoires doit embrasser trois domaines fondamentaux pour une stratégie prospective dans le domaine économique (entreprises et tourisme), politique (social) et universitaire (savoir).

Consolider les passerelles

En donnant une compétence culturelle à l'Union Européenne, les gouvernements européens ont voulu créer un outil de cohésion, donner ses chances à une Europe plus sociale, plus humaine.

Ils lui ont confié la mission de sensibiliser les Européens à l'histoire et aux valeurs qu'ils partagent, celle aussi d'encourager la connaissance des autres modes de vie et des patrimoines européens tout en respectant les particularités culturelles locales et régionales.

Bien sûr, il existe des réseaux entre les deux pays, notamment avec la ville de Lisbonne, avec la ville de Lyon (eurocities).

Les chambres de Commerce, les Consulats font beaucoup pour ce rapprochement et ce sont de acteurs majeurs du développement.

Mais il paraît indispensable aujourd'hui de développer une approche plus large, plus transversale et métropolitaine des territoires.

A partir d'un tel éclairage, on ne peut nier plus longtemps que l'altérité est un bien précieux lorsqu'elle contribue à nous rapprocher. Elle doit donc être valorisée dans nos univers respectifs culturels extrêmement riches .



II - Les objectifs du projet

- Consolider les liens entre le Portugal et la France en travaillant de façon pragmatique à l'échelle des territoires : la métropole lyonnaise et celle de Porto.
- Renforcer leurs relations tout en stimulant respectivement l'économie, la société, la culture et le tourisme de chacune d'entre elle.
- Montrer comment l'interrelation entre les micro territoires « la vie dans mon quartier » et la grande métropole est très présente dans nos modes d'habiter, comment les petits projets du quotidien peuvent alimenter notre façon d'appréhender les plus grands, et enfin, comment les idées et le savoir vivre de l'autre peuvent nourrir les nôtres.

De multiples exemples existent pour illustrer ce que l'on nomme la fabrique de la ville : le réaménagement des berges à Lyon, la réfection des bords de plage à Porto, le quartier de Confluence et la réfection du centre ville de Porto, le Grand Parc de Miribel et le parc da Cidade donnant sur la mer, les docks de Gaia avec le téléphérique, la fête des Lumières, la fête de Saint Jean, les murs peints lyonnais et les azulejos portugais, le football avec FC Porto et l'OL avec le stade des Lumières, le dynamisme de l'activité vinicole des grands crus du Porto, le savoir faire dans le domaine textile, le design et les pôles de compétitivité lyonnais, la gastronomie, etc.



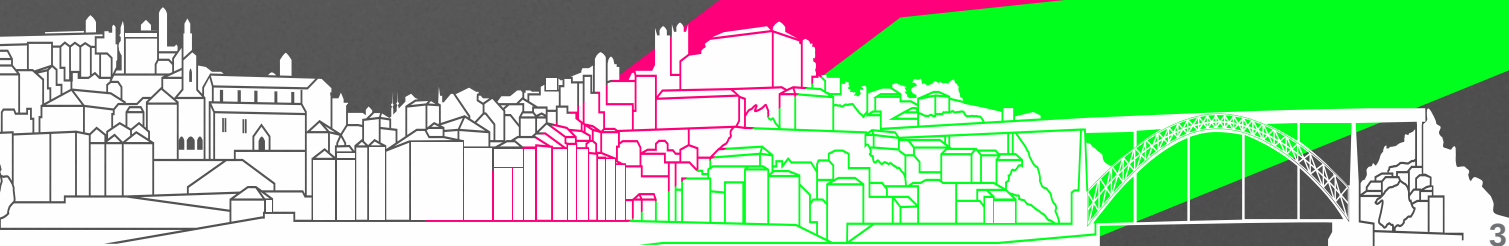
III - Le public cible du projet

- Les élus des deux agglomérations, lyonnaise et portugalense
- Les responsables administratifs et institutionnels
- Les professionnels impliqués dans des thématiques que l'on peut retrouver dans les deux villes (gastronomie, ameublement, textile, architecture, culture)
- Les luso descendants ayant envie de s'impliquer et valoriser cette identité culturelle dans leur propre parcours
- Toutes les personnes intéressées par des échanges interculturels européens (habitants, associations, relais)

IV - Les actions du projet

Un large éventail d'actions peut être envisagé, par exemple :

- Des voyages d'études entre les deux villes autour de thématiques communes (le développement urbain, les quartiers durables, la nature en ville, la culture, les initiatives économiques)
- Des événements promotionnels autour du savoir vivre et savoir être propres aux deux identités européennes
- Des rencontres interprofessionnelles (exemple avec des universitaires, des architectes, des grands cuisiniers, des professionnels de santé)
- La valorisation du sport comme le football (F.C Porto et Olympique Lyonnais-stade des Lumières)



V - Les moyens de réalisation du projet

Pour être efficace, ce projet pourra s'appuyer sur deux structures partenaires ayant la capacité de porter « techniquement » les actions entre les deux pôles urbains : POLY' GONES Consultants, bureau d'études en sciences sociales situé en région lyonnaise et AVL & ASSOCIADOS, cabinet d'avocats situé à Porto.

- Comme elle le fait déjà pour le Grand Lyon, la structure POLY'GONES Consultants, a les compétences pour centraliser les demandes, accompagner les porteurs de projets, générer des dynamiques interculturelles et organiser des voyages d'études entre les deux villes.
- Le Cabinet d'avocats AVL & ASSOCIADOS a, quant à lui, les moyens de fournir toutes les informations de conseils juridiques, politico-sociales et économiques sur le Portugal et Porto. Il a aussi les compétences pour organiser des séminaires et des réunions d'échanges entre les deux communautés d'agglomération.



VI - Les partenariats en cours de mobilisation

Les collectivités territoriales

- La ville de Trofa (Portugal)
- La ville de Matosinhos (Portugal)
- Le Grand Lyon (France)
- La ville de Lyon (France)
- La ville de Porto (Portugal)

Les institutions

- L'Union Européenne
- Le Consulat Français à Porto (Portugal)
- La Chambre de Commerce de Lyon (France)
- La Chambre de Commerce Luso Française (à Porto)
- L'Université Lyon 2, laboratoire CIMEOS de l'Université de Bourgogne/Dijon.
- Le Consulat Portugais à Lyon (France)
- La Région Rhône Alpes
- CAUE Lyon, ENSAL, ENTPE

Les soutiens

- Gabinet de Advogados AVL et Associados
- OnLyon
- Le Business Club Portugal
- La radio CAPSAO
- L'observatoire des Luso descendants
- Plusieurs groupes d'experts du tourisme identitaire, tourisme sur mesure (incentive à Lyon et à Porto)

VII - Les étapes prévisionnelles

1. Communiquer sur l'existence de ce projet (élus Portugais et Français, relais entre les deux mondes comme les business club, les têtes de réseaux, les consulats, les CCI).
2. Trouver des porteurs de projet prêts à s'engager dans des actions relevant d'un des trois axes : économique, politique, universitaire.
3. Élaborer des actions leviers (un ou plusieurs événements, salons à Lyon ou à Porto, exemple pavillon Portugais à la Foire internationale de Lyon en mars 2014, le salon des luso descendants, voyage d'étude du maire de Porto pour travailler sur la réfection du centre et les grands projets urbains, partenariat entre FC Porto et l'OL).
4. Élaborer et proposer des programmes de tourisme identitaire (Lyon/porto) et des voyages d'études thématiques. Exemples, les créateurs lyonnais et les designers portugalense, les grands cuisiniers lyonnais et les grands vins de Porto, les architectes de la ville durable (exemples dans les deux villes).