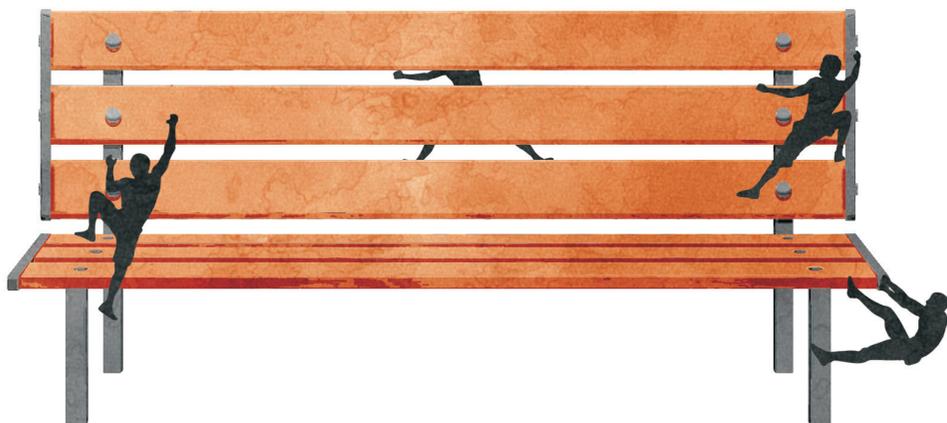


# L'espace public en ville

ANALYSE



Toutes nos publications sont disponibles gratuitement :

- **En téléchargement**, depuis l'adresse internet de notre ASBL :  
**[www.cpcp.be/etudes-et-prospectives](http://www.cpcp.be/etudes-et-prospectives)**
- **En version papier**, vous pouvez les consulter dans notre Centre d'Archives et de Documentation situé :  
**Rue des Deux Églises, 41 - 1000 Bruxelles**  
T : **02/238 01 69** - M : **archives@cpcp.be**

## INTRODUCTION

Un parc, une place, une rue, un piétonnier, une gare : autant d'espaces publics que nous traversons au fil de nos occupations en ville. Ces lieux peuvent faire partie de notre routine parce qu'ils se situent dans notre quartier, sur le chemin du travail, pas loin de l'école des enfants... Fait-on encore réellement attention à ce qui s'y trouve (ou ne s'y trouve pas). Dans une société marquée par la performance<sup>1</sup>, qui prend encore le temps de s'arrêter, si ce n'est par obligation ? En théorie, l'espace public se retrouve un peu partout, et pourtant, en pratique, son caractère *public* peut aujourd'hui poser question.



En effet, nos espaces publics ont fait l'objet de beaucoup de changement au cours du xx<sup>e</sup> siècle, tant sur le plan des usages que des politiques publiques. Ces changements, marqués par une logique marchande et une approche individualiste du territoire, ne se sont pas toujours opérés dans un sens favorable à l'usager, soucieux de jouir d'un droit d'accès égal à un ensemble de biens collectifs. Les citoyens, désireux de participer au débat public, de s'insérer dans un tissu social et culturel, d'être associés à l'aménagement du territoire ou de s'engager dans la mise en œuvre de projets concourant au bien commun ont également été les laissés-pour-compte de ce développement. Aujourd'hui, il semblerait que la figure de l'usager-citoyen soit de nouveau au cœur des réflexions des décideurs. L'espace public est à nouveau appréhendé dans une optique qui dépasse celle du lieu de shopping ou d'une place, jolie mais vide de tout mobilier urbain. Les usagers-citoyens peuvent reprendre les villes en main. Ils peuvent de plus en plus avoir leur mot à dire ou plus, choisir de s'engager pour la ville afin de se la réapproprier.

---

<sup>1</sup> A. EHRENBURG, *Le Culte de la performance*, Paris : Calmann-Lévy, 1991.



## I. QU'EST-CE QU'UN ESPACE PUBLIC ?

En sociologie et philosophie, le concept d'espace public (ou sphère publique) développé par le philosophe Jürgen Habermas renvoie à une perspective d'espace d'expression politique.<sup>2</sup> Pour les urbanistes et géographes, l'espace public (qui s'utilise d'ailleurs plus généralement au pluriel) est considéré « comme **la partie du domaine public non bâti, affectée à des usages publics** ». En économie, l'espace public est assimilé à un bien collectif, c'est-à-dire un bien non rival (la consommation du bien n'empêche pas la consommation de ce même bien par un autre consommateur) et non excluable (pas de possibilité d'exclusion par les prix un consommateur de l'usage du bien).<sup>3</sup> Si cette approche appréhende ici l'espace comme un bien d'usage, elle reflète à nouveau l'idée d'accès universel à l'espace public, mais aussi celle de la gratuité. Elle met l'accent sur le droit des citoyens de jouir des espaces collectifs.

Le management public privilégie quant à lui une approche plus instrumentale de l'espace public : ce dernier s'assimile à un bien que les pouvoirs publics produisent, transforment, entretiennent et mettent à la disposition des usagers afin de produire des effets sur leurs comportements et des impacts sur la société (cohésion sociale, bien-être, activités économiques...). « L'espace public est donc formé par une propriété et par une affectation d'usage »<sup>4</sup>. La signification de ce terme s'inscrit dans l'idée gréco-romaine de l'agora et du forum<sup>5</sup> qui attribue donc à cet espace matériel une valeur symbolique et un rôle social.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Pour plus d'informations consulter : N. FRASER, M. VALENTA, « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe vraiment », *Hermès, La Revue*, 31, 2001/3, p. 125-156.

<sup>3</sup> X. GREFFE, *Economie des politiques publiques*, 2<sup>e</sup> éd., Paris : Dalloz-Sirey, 1997, p. 127.

<sup>4</sup> Th. PAQUOT, *L'espace public*, Paris : La Découverte, « Repères », 2009, p. 86.

<sup>5</sup> Dans la Grèce antique, l'agora est le terme utilisé pour parler de la place publique, de même pour le forum dans la Rome antique.

<sup>6</sup> F. TOMAS, C. GHORRA-GOBIN, « Réinventer le sens de la ville : les espaces publics à l'heure globale », *Géocarrefour*, LXXVI, 1, 2001.

Pour les citoyens, cet espace se traduit par des lieux tels que les rues, les places, les piétonniers, mais aussi tout espace vert ou de loisirs (parcs, squares, etc.). C'est l'activité même du lieu qui lui donne son caractère public et social.<sup>7</sup> Le parc est, par exemple, un espace public où chacun peut aller courir, se promener ou organiser un pique-nique... En théorie, c'est donc un espace sans obstacle à la participation, où chacun peut accéder sans condition, si ce ne sont

les lois qui règlent la conduite générale dans les aires communes.<sup>8</sup> Ce lieu est également porteur de lien social, un espace de rencontres et d'arrêt (un exemple emblématique : les jardins du Luxembourg à Paris). L'espace public est donc un des lieux par excellence de la mixité sociale régis par les règles tacites de la coprésence.<sup>9</sup>

“ L'espace public est donc un des lieux par excellence de la mixité sociale régis par les règles tacites de la coprésence. ”

## II. LE TEMPS DES MÉTAMORPHOSES

Le terme d'espace public tel qu'utilisé couramment aujourd'hui pour désigner ces espaces citadins de croisements et de rencontres est en fait assez récent. En effet, cette appellation a émergé dans le début des années 1970. Vingt ans plus tôt, ces espaces étaient encore appelés *espaces collectifs* ou *centres civiques*.<sup>10</sup>

Les années 1970 sont de manière générale le moment de l'émergence d'une série de concepts contemporains réfléchissant au rapport de l'homme et de son espace. Selon le géographe François Tomas, le terme d'espace public est né à cette époque d'une réaction par rapport au déclin de l'environnement urbain. Plusieurs phénomènes influant sur la fréquentation et la perception de l'espace public prennent donc place à cette époque.

<sup>7</sup> P. MERLIN et F. CHOAY, « Dictionnaire de l'Urbanisme et de l'Aménagement », Paris : PUF, 1988 dans Th. PAQUOT, *op. cit.*

<sup>8</sup> V. BERDOULAY, I. CASTRO, P.C. DA COSTA GOMÈS, « L'espace public entre mythe imaginaire et culture », *Cahiers de géographie du Québec*, XLV, 126, 2001, p. 413-428.

<sup>9</sup> Pour plus d'informations consulter E. GOFFMAN, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris : Minuit, 1973.

<sup>10</sup> F. TOMAS, « L'espace public, un concept moribond ou en expansion ? », *Géocarrefour*, LXXVI, 1, 2001. p. 75-84.

Le premier constat fut celui de la dégradation des places et rues qui, à partir des années 1950, ont fait la part belle, si pas exclusive, à la voiture. En effet, cette décennie est l'avènement de la consommation de masse de l'automobile et des grands travaux urbains. Seul l'aspect fonctionnel de la ville était mis en avant avec des places transformées en parkings, des trottoirs réduits au minimum viable, des places et jardins amputés au profit des autoroutes urbaines, négligeant ainsi le fait que les espaces publics de la ville étaient avant tout des lieux de vie. Ils ont perdu leur identité pour n'être plus que des espaces vides entre deux espaces bâtis.<sup>11</sup> Cette politique d'aménagement urbain continuera jusqu'aux années 1980 et a contribué à la standardisation des centres urbains c'est-à-dire la généralisation des mêmes grandes enseignes commerciales au sein des centres-villes.

« Seul l'aspect fonctionnel de la ville était mis en avant. »

Cette tendance à la standardisation sera renforcée par la création dès le début des années 1960 des premiers centres commerciaux qui changent les habitudes de consommation des habitants des villes et périphéries. À leur arrivée, le centre et la périphérie restent complémentaires au niveau des types de consommation : la périphérie pour les denrées alimentaires et le centre pour les autres biens et services. Au fil du temps, le centre ne reste plus que le lieu des achats vestimentaires et secondaires pendant que les centres commerciaux périphériques sont réellement devenus des espaces publics *privés*.<sup>12</sup>

Parallèlement à l'avènement de la société automobile, on constate dès les années 1960 la fuite de la ville des classes moyennes et supérieures vers les zones périurbaines. Ce groupe d'individus se dirige vers la maison quatre façades, symbole d'une certaine réussite sociale. Une population plus précarisée ou immigrée vient donc s'installer dans les centres urbains où le logement est disponible et peu cher. Du coup, le manque d'intérêt des pouvoirs publics pour ces zones engendre un certain sentiment d'insécurité pour les consommateurs déjà lésés par le manque d'accessibilité des centres-villes urbains.

<sup>11</sup> F. TOMAS, *op. cit.*

<sup>12</sup> R.-P. DESSE, « La mobilité des consommateurs et les nouveaux espaces commerciaux », *Espaces, populations, sociétés*, XVII, 2, 1999.

“ Ce type d’aménagement s’est développé au détriment des habitants et des commerces de proximité. ”

À partir des années 1990, une ère de renouvellement s’ouvre pour l’espace public. Dans une finalité essentiellement touristique, les centres historiques sont piétonnisés et restaurés afin de mettre en valeur le patrimoine architectural avec des objectifs d’authenticité, d’esthétique et d’originalité. Ce type d’aménagement s’est développé au détriment des habitants et des commerces de proximité.

Jusqu’aux années 2000, certaines communes belges ont essayé de contrer le développement de commerce en périphérie en conditionnant l’octroi de permis d’implantation au respect de critères d’opportunité économique et sociale. Toutefois, l’adoption de la loi IKEA en 2004 et la directive européenne dite Bolkenstein en 2006 vont assouplir cette régulation et encourager les grandes enseignes à s’installer dans les grands centres commerciaux en périphérie des villes délaissant ainsi les rues commerçantes des centres-villes. Les habitants de la périphérie issus des classes moyennes et supérieures vont alors préférer fréquenter ces complexes commerciaux plutôt que le centre par facilité au niveau de l’accès et du stationnement accessible.

Depuis plusieurs années enfin, apparaît dans certains pays comme le Royaume-Uni, les États-Unis, la France (et même la Belgique) un phénomène de privatisation de l’espace public.<sup>13</sup> Il se traduit par des aménagements, équipements et services destinés à la sécurisation des lieux (caméras, périmètre entouré de grillages ou murs, présence de vigiles, accès par badge...). Des rues, voire des quartiers entiers, qui auraient été auparavant accessibles à tous, deviennent de véritables citadelles.

Face à ces évolutions, la place laissée à l’usager-citoyen, semble être celle du simple consommateur de biens et services dans une logique de consommation standardisée ou de propriété privée. Que reste-t-il alors de l’espace en lui-même ? Vers quoi peut-il être orienté et comment les citoyens peuvent-ils s’y retrouver ?

---

<sup>13</sup> D. MANGIN, *La ville passante*, Marseille : Parenthèses, 2008.

### III. ET SI ON REPENSAIT L'ESPACE PUBLIC ?

Selon le sociologue Isaac Joseph, il existait trois façons d'être dans l'espace public avant les grands changements urbains : « l'incertitude, la lenteur et la gratuité »<sup>14</sup>. Cela signifie que chacun pouvait flâner dans l'espace public à sa guise, sans pression ou obligation de consommation. Ces trois caractéristiques garantissaient des espaces publics conviviaux et solidaires s'inscrivant logiquement dans le paysage de la ville. Aujourd'hui, l'impression principale qui se dégage des espaces publics est celle de mouvement, de passage. Ce mouvement constant est dû à l'individualisation de la société. Chacun doit suivre un rythme effréné qui entraîne un ballet d'individus toujours plus pressés dans l'espace public.

« Aujourd'hui, l'impression principale qui se dégage des espaces publics est celle de mouvement, de passage. »

En parallèle de ce phénomène d'individualisation, deux mouvements contraires sont présents dans l'espace public par rapport à l'arrêt dans l'espace public. D'une part, l'apparition depuis un certain nombre d'années de mobilier urbain répressif pour éviter la présence de *nuisibles* (personnes sans-abri, groupe de jeunes, etc.) dans l'espace public a engendré du mobilier inconfortable peu engageant à l'arrêt. D'autre part, le secteur touristique tente de ramener les individus à se poser dans ces mêmes espaces par la création de mobiliers conviviaux.

À l'exception des parcs qui font encore la part belle à l'arrêt avec de nombreux types de mobiliers urbains, les autres espaces publics de nos villes semblent donc être des laissés-pour-compte des changements effectués au xx<sup>e</sup> siècle.

---

<sup>14</sup> A. DE BIASE, M. CORALLI (dir.), *Espaces en commun. Nouvelles formes de penser d'habiter la ville*, Paris : L'Harmattan, 2009, p. 8.

## 1. Une autre réappropriation commerciale

Par son caractère de bien public, l'espace public peut donc être instrumentalisé afin de mettre en place des plans de marketing urbain. Ce phénomène est directement lié aux différents projets de ville mis en place par les autorités urbaines.

### **Le projet de ville et le marketing urbain**

« Le **projet de ville** peut être défini par l'ensemble des actes volontaires de transformation de la ville, actes qui peuvent se présenter sous la forme d'opérations urbaines d'importance qu'on appelle projets urbains. Le projet de ville c'est aussi une visée pour la ville, une intention globale qui guide l'action. Le **marketing urbain** quant à lui apparaît comme l'ensemble des moyens mis en œuvre pour promouvoir l'image de la ville. Il apparaît comme une démarche stratégique et comme le résultat de cette démarche, c'est-à-dire ce que produit le marketing : les images publicitaires, les textes promotionnels, les événements médiatisés. »<sup>15</sup>

Le marketing urbain considère donc les espaces publics centraux comme des ressources économiques dont il est possible de tirer un maximum de profit.<sup>16</sup> On se demande si la transformation par certaines municipalités de places ou trottoirs (au détriment des bancs publics) en terrasses de café ne participe pas à la même logique. On se retrouve ici dans un phénomène de privatisation de l'espace public.

Dans cette optique, ce qui est appelé aujourd'hui *réappropriation* des espaces publics de la ville serait avant tout un retour des pratiques et des modes de consommation qui font la part belle aux produits biologiques, éthiques, artisanaux ou fabriqués localement (circuits courts), aux commerces originaux, aux établissements culturels ou HORECA ancrés localement ou authentiques.

<sup>15</sup> M. ROSEMBERG-LASORNE. « Marketing urbain et projet de ville : parole et représentations géographiques des acteurs », *Cybergeo : European Journal of Geography*, 1997, p. 1.

<sup>16</sup> M. VAN CRIEKENGEN. « À qui appartient l'espace public ? », *Revue bis (Bruxelles Informations sociales)*, 172, 2014.

Ces nouveaux comportements seraient propres à une petite partie de la population mais très présentes parmi les décideurs des politiques urbaines de la ville (architectes, urbanistes, philosophes de l'urbain, chargés de projets, journalistes, etc.).<sup>17</sup> Cette catégorie de la population peut s'appeler *bobo* bien que ce terme soit devenu un fourre-tout avec des connotations aussi bien négatives que positives. Si on considère ici un *bobo* comme « une personne qui a des revenus sans qu'ils soient faramineux, plutôt diplômée, qui profite des opportunités culturelles et vote à gauche »<sup>18</sup>, alors cette réappropriation serait plutôt orientée vers un public de *bobos*.<sup>19</sup>

Un exemple de ce phénomène est visible dans l'apparition d'une série de bars *branchés* qui ont fait leur apparition à Bruxelles dans des quartiers qui à la base inspiraient peu les investisseurs. Ils sont l'œuvre d'un homme : Frédéric Nicolay. Ce créateur d'ambiance pense ses projets de bars/café dans un esprit de revitalisation des quartiers populaires. Le quartier Saint-Géry n'était pas ce haut lieu de la vie nocturne bruxelloise avant qu'il y développe ses premiers bars dont le Mappa Mundo. Puis arriva le Belga place Flagey, puis d'autres toujours dans des quartiers populaires (Le Walvis sur les quais du canal, Le Flamingo rue de Laeken, le Bravo au bout de la rue Dansaert, le Potemkine porte de Hal, etc.). Le *truc* fonctionne : ces bars issus du même moule attirent une clientèle pas nécessairement locale mais demandeuse de ce type d'ambiance. Par contre, les riverains de ces quartiers à tendance plus populaire doivent faire avec les inconvénients de tels bars : musique tardive, tapage nocturne, etc.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> M. VAN CRIEKINGEN, *op. cit.*

<sup>18</sup> C. POLLONI, « Qui sont les bobos ? », *Les Inrocks*, 9 avril 2010 ; <http://www.lesinrocks.com/2010/04/09/actualite/societe/qui-sont-les-bobos-1131952/>, article consulté le 30 mars 2016.

<sup>19</sup> M. VAN CRIEKINGEN, *op. cit.*

<sup>20</sup> G. BRÉES, M. VAN CRIEKINGEN, « La légende de l'urgentiste des quartiers oubliés », *Bruxelles en mouvements*, 266, septembre-octobre 2013.

## Le piétonnier de Bruxelles : un espace où tout reste à

*Si on prend le cas du piétonnier du centre-ville de Bruxelles, pour le moment, c'est un « pur espace public »<sup>21</sup>, comme l'a souligné le sociologue Mathieu Berger, étant donné qu'il n'a pas encore d'objectif défini ! En été, les personnes s'y rendaient avec un certain désintéressement pour profiter du mobilier urbain afin de lire, manger, se rencontrer, etc.*

*Cette liberté d'activité n'est pas sans rappeler le mouvement citoyen de Pic Nic the Street (pique-nique sauvage de réappropriation de l'espace public par les citoyens) qui avait d'ailleurs répondu de manière positive à l'idée de ce piétonnier mais négativement aux mini-rings et aux parkings supplémentaires.*

*Mais justement, quel objectif va-t-il être attribué au piétonnier ? L'idée théorique de la Ville de Bruxelles est de ne pas accueillir de grandes enseignes standardisées au sein du piétonnier.<sup>22</sup> Les autorités communales envisagent ainsi d'encourager l'implantation de commerces de proximité et de qualité sans pour autant tomber dans le phénomène de gentrification<sup>23</sup>. Il semble donc, aux dires des autorités communales, que le piétonnier ne deviendra pas une nouvelle rue Neuve. Certains types de commerces (particulièrement ceux orientés vers un public plutôt branché et touristique) seront ciblés, un peu dans la veine de l'aménagement de la rue Sainte-Catherine. Or, cette approche risque de ne pas être en phase avec le principe de mixité sociale de l'espace public et de rencontrer la crainte majeure des habitants : un piétonnier touristique.*



<sup>21</sup> J. LEGGE, « Piétonnier : Bruxelles en voie de *barcelonisation* », *La Libre*, 30 juillet 2015 : <http://www.lalibre.be/actu/belgique/pietonnier-bruxelles-en-voie-de-barcelonisation-55acba-b435708aa43714562f>

<sup>22</sup> « P. VASSART, « Deux sociétés pour *commercialiser* le piétonnier », *Le Soir*, 19 décembre 2015 : <http://www.lesoir.be/1073981/article/actualite/regions/bruxelles/2015-12-19/deux-societes-pour-commercialiser-pietonnier>

<sup>23</sup> Selon Mathieu Van Criekingen, la gentrification « doit être appréhendée comme une somme d'évolutions par lesquelles des espaces populaires se voient (ré) appropriés par et pour des groupes socialement plus favorisés que leurs habitants ou leurs usagers préalables ». M. VAN CRIKINGEN, « Que deviennent les quartiers centraux à Bruxelles ? Des migrations sélectives au départ des quartiers bruxellois en voie de gentrification », *Brussels Studies*, n°1, 12 décembre 2006.

Les tristes événements du 22 mars 2016 ont réveillé l'instinct revendicateur d'espace des citoyens. De manière assez spontanée, les habitants de Bruxelles se sont réunis sur la place de la Bourse pour se soutenir mutuellement. Un mémorial s'est construit petit à petit : bougies, drapeaux de tous horizons, bouteilles de bières remplies de fleurs, etc. Sur cette place, les différences sont autant de force revendicatrice de notre pays. Les citoyens ont pris cette place de la Bourse pour ce qu'elle est : un lieu de vivre ensemble, un espace public ! Cette action spontanée des citoyens de se rassembler est en adéquation totale avec l'imaginaire collectif des espaces collectifs qui est de faire sens ensemble dans l'espace public. Aucun plan d'urbanisme ne pourra recréer l'existence de cette véritable réappropriation urbaine.

## 2. Initiatives citoyennes pour et dans l'espace public

Les dernières évolutions de l'espace public urbain ont eu tendance à privilégier la société de consommation plutôt que l'idéal de l'espace public synonyme de cohésion sociale, d'urbanité de convivialité et de solidarité.<sup>24</sup> Toutefois, il peut également être le lieu d'initiatives originales complémentaires au caractère commercial des espaces actuels.

Il existe plusieurs sortes d'initiatives citoyennes ou participatives pour redynamiser les espaces publics de nos villes. Ces projets ne s'inscrivent pas dans une logique de consommation mais plutôt de mise en valeur de l'espace public en tant que lieu de vie, d'échange, d'art, de revendication ou de culture. On retrouve dans ces initiatives l'idée du droit à la ville mis en place par le philosophe de l'urbain Henri Lefebvre, et repris par le géographe David Harvey. Le droit à la ville propose de « permettre aux hommes de se réapproprier l'espace urbain et leur vie citadine, de restituer aux habitants une participation à la vie de la cité »<sup>25</sup>.

<sup>24</sup> A. DE BIASE, M. CORALLI (dir.), *op. cit.*, p. 10.

<sup>25</sup> H. LETHIERRY (dir.), *Sauve qui peut la ville : études lefebvriennes*, Paris : L'Harmattan, « Logiques sociales », 2011, p. 93.

À Bruxelles, ce type d'initiative existe. On retrouve de très nombreux **comités de quartiers ou des centres de recherche citoyens de l'urbain**. Les citoyens participant à ces comités afin de préserver leur quartier et de mettre en place des activités en lien avec le patrimoine. Ces comités partent ainsi véritablement de citoyens lambda qui veulent s'investir pour le cadre de vie qui les entoure et le quartier qu'ils habitent.

“ Le projet Liège Souffle Vert qui entend utiliser l'espace public comme vecteur d'un projet culturel et éducatif autour du végétal et de l'urbain. ”

Il existe également déjà des **associations qui se servent de l'espace public comme vecteur éducatif, culturel, artistique ou encore de cohésion sociale**. Deux projets urbains, l'un à Liège, l'autre à Bruxelles, illustrent bien cet esprit. Le premier est mis en place par l'ASBL liégeoise Songes<sup>26</sup> : il s'agit du projet Liège Souffle Vert qui entend utiliser l'espace public comme vecteur d'un projet culturel et éducatif autour du végétal et de l'urbain. Liège Souffle Vert va ainsi mettre en place un parcours de cinq installations au fil des

espaces publics liégeois, aussi bien des parcs que des places, mêlant le végétal et l'urbain durant l'été 2016. Il s'agit de créer un événement urbain récurrent au même titre que d'autres événements culturels qui ont lieu à Liège comme le festival des Ardentes, Mithra jazz festival, etc. Ce projet s'insère dans l'objectif global de Songes qui est, entre autres, la construction collective de savoirs, de favoriser l'occupation de l'espace public et inciter le dialogue entre des groupes improbables.<sup>27</sup>

À Bruxelles, Recyclart, installé dans les anciens locaux de la gare de Bruxelles Chapelle, existe déjà depuis l'an 2000. Cette organisation se définissant comme projet urbain a été créée pour dynamiser la rupture urbaine engendrée par la jonction nord-midi. Son inspiration principale est la ville qui l'entoure et elle est ouverte à tous les phénomènes urbains qu'ils soient culturels, économiques ou sociaux. C'est une véritable machine créative qui comprend tout le processus artistique de la création à la production. De cette manière, elle utilise les espaces publics qui l'entourent comme vecteur artistique et de dynamisation des quartiers alentours.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Pour plus d'informations sur cette ASBL : <http://songes.be/>

<sup>27</sup> *Liège Souffle Vert. Dossier de présentation destiné aux partenaires aux pouvoirs subsidants et aux mécènes*, Liège : Songes asbl, 2016.

<sup>28</sup> Site Internet de Recyclart : <http://www.recyclart.be/fr/>

Depuis la fin du mois de mars, dans plusieurs villes françaises et belges, le mouvement Nuit Debout se revendique comme une réappropriation de l'espace public par les citoyens. Il utilise l'espace public comme lieu de rassemblement pour repenser le système. L'idée est de retourner à l'agora publique où chacun peut s'exprimer sur des alternatives de société. Nous assistons peut-être à une nouvelle révolution citoyenne. En France, des interdictions du mouvement sont tombées et des violences ont éclaté : ces actions seraient-elles la preuve de la voix de vérité émanant des revendications de Nuit Debout ? Nous ne pouvons qu'attendre la suite de cette révolution naissante...

Dans un autre style, en 1994, les contrats de quartiers ont vu le jour : il s'agit de partenariats entre la région de Bruxelles-Capitale, les communes bruxelloises et les habitants des communes concernées. Dans ce cas, il s'agit donc d'une initiative partant du haut pour se diriger vers les habitants. Ces contrats de quartiers s'inscrivent tout de même dans une démarche de participation citoyenne et de développement durable (depuis 2009) avec un focus sur la cohésion sociale. En tant que programmes de revitalisation urbaine, ils prennent place dans un périmètre d'intervention défini selon plusieurs critères : état des logements, des espaces publics et indicateurs socio-économiques du quartier.<sup>29</sup> En d'autres mots, les contrats de quartiers s'inscrivent dans des quartiers dits « à difficulté ». La particularité des contrats de quartiers est le processus participatif qui incorpore les citoyens à la revitalisation de leur quartier. Toutefois, cette consultation citoyenne à la base des contrats de quartier possède encore de fortes lacunes. Les résultats finaux ne seraient pas toujours en adéquation avec les vrais besoins des habitants qui pourtant devraient être à la base du projet. On peut donc se questionner sur un autre objectif de ces restructurations qui serait peut-être de simplement redorer l'image de ces quartiers plus difficiles.

---

<sup>29</sup> Site Internet de la Ville de Bruxelles : <http://www.bruxelles.be/artdet.cfm/4099>

## CONCLUSION

Jusqu'il y a peu, les espaces publics de nos villes ont été axés vers la consommation de biens et services, qu'ils soient standardisés ou orientés. À travers divers exemples, j'ai tenté de montrer que ces espaces pouvaient aussi être des lieux de vie agréables, propices à l'arrêt, où il fait bon flâner au gré de ses envies qu'elles soient de consommation ou autres. L'espace public citadin peut également être source de consommation culturelle, artistique ou de revendication comme les exemples de Liège Souffle Vert, Recyclart ou encore Nuit Debout le montrent si bien.

L'idéal à atteindre serait des espaces publics urbains qui ne sont pas construits sur le principe de la fracture mais sur l'union, pensés pour toutes les personnes qui, d'une manière ou d'une autre, pourront être amenées à vivre cet espace. L'objectif à prôner est la libre ouverture des espaces publics car la réelle sécurité se trouve là : des espaces réellement peuplés d'individus. Un espace insécurisant sera un espace vide. Dans cette perspective, les *linking cities* ou *villes reliant* sont par définition celles qui retissent les liens entre les différentes facettes qui constituent la ville (les quartiers, la nature, l'emploi, les habitants quelque soit leur âge...). Des villes où convivialité et participation citoyenne sont les maîtres mots pour penser les projets urbains.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> A. DE BORMAN, J. DAGNIES, « Linking cities, l'avenir des villes au XXI<sup>e</sup> siècle », Carte blanche publiée dans *Le Soir*, 4 novembre 2015, page 19 : [www.lesoir.be](http://www.lesoir.be)

## POUR ALLER PLUS LOIN...

- BERGER Mathieu, *Bruxelles à l'épreuve de la participation : les contrats de quartier en exercices* [photographies de Pauline Beugnies], Bruxelles : Ministère de la Région de Bruxelles-Capitale (AATL), 2009.
- DESSOUROUX Christian, « La diversité des processus de privatisation de l'espace public dans les villes européennes », *Belgeo*, 1, 2003.
- GHORRA-GOBIN Cynthia « Les espaces publics, capital social », *Géocarrefour*, LXXVI, 1, 2001. L'espace public. p. 5-11.
- VAN CRIEKINGEN Mathieu, « La gentrification mise en politiques », *Métropoles*, 13, 2013, mis en ligne le 1<sup>er</sup> décembre 2013, consulté le 15 mars 2016. URL : <http://metropoles.revues.org/4753>

Auteure : Anne-Catherine Remacle

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,  
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

**[www.cpcp.be](http://www.cpcp.be)**



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Que reste-t-il du caractère public des espaces urbains ?

Cette publication questionne les mécanismes qui ont modelé les espaces publics actuels en Belgique. Nos espaces publics se situent en effet à un moment charnière : il faut repenser la ville.

Quelle place le citoyen-usager va-t-il tenir dans cette restructuration ? Et quelles sont les initiatives déjà présentes ?

Cette publication tente de répondre à ces questionnements en tendant vers un retour du droit à la ville.



**Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation**

Rue des Deux Églises, 45 – 1000 Bruxelles

T : **02/238 01 27** | M : **info@cpcp.be**