



HAL
open science

Centres-villes aménagés pour les piétons : développement durable ou marketing urbain et tri social ?

Thierry Brenac, Hélène Reigner, Frédérique Hernandez

► To cite this version:

Thierry Brenac, Hélène Reigner, Frédérique Hernandez. Centres-villes aménagés pour les piétons : développement durable ou marketing urbain et tri social ?. RTS. Recherche, transports, sécurité, 2014, Piétons, 2013 (04), pp.267-278. 10.4074/S0761898013400031 . hal-00941866v2

HAL Id: hal-00941866

<https://hal.science/hal-00941866v2>

Submitted on 12 Feb 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Centres-villes aménagés pour les piétons : développement durable ou marketing urbain et tri social ?

City centres for pedestrians: sustainable development or urban marketing and social sorting?

Thierry Brenac · Hélène Reigner · Frédérique Hernandez

Reçu le 28 novembre 2012 ; accepté le 3 octobre 2013
© IFSTTAR et Éditions NecPlus 2013

Résumé Les gouvernements urbains tendent à piétoniser les centres-villes ou à mettre en œuvre des conceptions de voirie réduisant la quantité d'automobiles dans les espaces publics de ces quartiers centraux : aires piétonnes, réduction du stationnement sur la voirie, aménagement de « zones de rencontre », etc. À première vue, ces politiques, qui assurent la promotion des déplacements à pied au détriment des déplacements motorisés, semblent à l'évidence être favorables à la préservation de l'environnement. La piétonisation est d'ailleurs présentée par l'État comme l'un des instruments contribuant au développement durable des territoires urbains. Cependant, une autre hypothèse est qu'elles participent de stratégies de marketing urbain de villes engagées dans des processus de compétition inter-territoriale – qui conduisent à accroître la valeur et l'attractivité de lieux stratégiques de la ville et tendent à déplacer les problèmes (et les populations défavorisées) vers les autres parties du territoire urbain. Ainsi, globalement, ces politiques n'apporteraient pas de réelle contribution au développement durable. Se référant à des cadres théoriques relatifs à la mutation entrepreneuriale des politiques urbaines, cet article présente un aperçu de

recherches et résultats empiriques traitant de la mise en œuvre et des effets d'opérations de piétonisation ou d'autres politiques en faveur des piétons dans les centres-villes. Dans leur ensemble, les éléments rassemblés accréditent plutôt la seconde hypothèse.

Mots clés piétonisation · ville entrepreneuriale · compétition inter-territoriale · marketing urbain · tri social · durabilité

Abstract Urban governments tend to pedestrianise city centres or to implement street designs which reduce the amount of cars in the public spaces of these centres: pedestrian areas, reduction of on-street parking, implementation of “zones de rencontre” (living streets), etc. Prima facie, these policies, favouring pedestrian mobility versus automotive mobility, apparently seem to be positive for the preservation of environment. In France, pedestrianisation is presented by the national authorities as a tool to contribute to the sustainable development of urban territories. Another hypothesis, however, is that these policies are part of urban marketing strategies of cities engaged in inter-urban competition processes—which lead to increase the value and attractiveness of strategic places in the city and tend to displace problems (and deprived populations) to other parts of the urban territory. Thus, as a whole, these policies would not really contribute to sustainable development. Referring to theoretical frameworks related to the entrepreneurial mutation of urban policies, this paper presents an overview of research and empirical results dealing with the implementation and effects of pedestrianisation or other policies in favour of pedestrians in city centres. As a whole, this material gives some credit to the latter hypothesis.

Keywords Pedestrianisation · Entrepreneurial city · Inter-urban competition · Urban marketing · Social sorting · Sustainability

Thierry Brenac (✉)
IFSTTAR, LMA
304, chemin de la Croix Blanche,
F-13300 Salon de Provence, France
e-mail : thierry.brenac@ifsttar.fr

Hélène Reigner
IFSTTAR, LMA
304, chemin de la Croix Blanche,
F-13300 Salon de Provence, France
e-mail : helene.reigner@ifsttar.fr

Frédérique Hernandez
Institut d'urbanisme et d'aménagement régional, Aix-Marseille
Université (AMU)
3, avenue Robert Schuman,
F-13628 Aix en Provence cedex 01, France
e-mail : frederique.hernandez@univ-amu.fr

Introduction

L'origine anthropique du réchauffement climatique et ses conséquences prévisibles, négatives sinon catastrophiques, sont aujourd'hui largement reconnues. Dans ce contexte, en matière de transports, il paraît légitime de tenter de contrecarrer le « système automobile » (au sens de Dupuy [1]) ou du moins de le freiner fortement, d'autant que les évolutions prévisibles de la technique automobile ne semblent guère en mesure de changer notablement les termes du problème [2].

Les tendances actuelles des politiques d'aménagement des centres-villes, en France du moins, peuvent sembler à première vue relever de cette logique. Des espaces faisant la plus grande place aux piétons et aux modes de déplacement non motorisés, des transports publics réhabilités et mis au goût du jour par la réintroduction des tramways, une réduction des surfaces dévolues au trafic et au stationnement automobiles dans l'espace public, tout cela, en s'opposant à la mobilité motorisée, relèverait « à l'évidence » du développement durable. D'ailleurs, l'argumentaire déployé par l'État pour appuyer la mise en œuvre des politiques de piétonisation ou d'aménagement en faveur des modes non motorisés mobilise largement le registre de la contribution au développement durable.

Cependant, de nombreuses études de terrain conduisent aujourd'hui à porter un regard critique sur cette « évidence ». Les objectifs de développement durable ne semblent pas être ceux qui guident principalement le contenu et le phasage des actions mises en œuvre. En outre, l'inscription spatiale de ces politiques, tournées vers les centres-villes, certains espaces résidentiels et certains secteurs stratégiques, fait apparaître un jeu complexe, où la piétonisation des centres, par exemple, semble constituer le pendant de l'automobilisation des périphéries lointaines, comme nous le verrons plus loin. Des cadres théoriques issus des *urban studies* anglo-saxonnes permettent d'interpréter ces stratégies de développement d'« îlots de qualité urbaine » (*island strategies* [3]) comme le produit de politiques urbaines entrepreneuriales dans un contexte de compétition entre territoires et entre villes. L'aménagement des centres-villes, comme de quelques autres secteurs de la ville, relèverait alors davantage d'une stratégie d'image (marketing urbain) et d'attractivité centrée sur certains espaces que d'une politique de développement durable du territoire urbain. Cet aménagement serait conduit au détriment d'autres espaces urbains, délaissés ou devenant le réceptacle des nuisances écartées des espaces centraux. Le tri socio-spatial serait en outre un des aspects de telles stratégies, dans la mesure où l'attractivité des espaces centraux et stratégiques bénéficierait d'une fréquentation par des populations choisies et contrôlées, et où les populations les plus

solvables constituent elles-mêmes une cible de cette quête d'attractivité.

Dans cet article, après le rappel de quelques cadres généraux relatifs à l'évolution des politiques urbaines contemporaines (mutation entrepreneuriale, compétition inter-territoriale, marketing urbain), nous tentons de présenter un aperçu de travaux de recherche et de résultats empiriques traitant de la mise en œuvre et des effets d'opérations de piétonisation ou d'aménagements en faveur des piétons dans les centres-villes. Il s'agit d'apporter un éclairage sur les hypothèses évoquées aux paragraphes précédents, sans prétendre en tirer une conclusion univoque et générale, mais en mettant en évidence quelques tendances dominantes. Les éléments rassemblés dans cet article s'appuient tout à la fois sur l'analyse de la littérature scientifique et sur nos propres travaux. La littérature scientifique nationale et internationale donne accès à des évaluations des effets des aménagements, nécessitant souvent un recul temporel important. Nos travaux concernant l'étude approfondie de l'élaboration et de la mise en œuvre de plans de déplacements urbains dans plusieurs villes françaises depuis une quinzaine d'années, par une analyse des discours et des pratiques (localisation et contenus des projets), permettent de comprendre les logiques sous-tendant les opérations d'aménagement en faveur des piétons et les stratégies plus globales dans lesquelles elles s'insèrent. Enfin, une investigation des discours produits par les collectivités à l'intention du public lors d'opérations de piétonisation apporte un autre éclairage sur le point de vue des collectivités locales, à travers un matériau plus autonome vis-à-vis des recommandations de l'État (par comparaison avec les documents produits lors de l'élaboration des plans de déplacements urbains, sans doute plus marqués par les textes et cadres techniques nationaux).

Politiques urbaines contemporaines, compétition entre villes et marketing urbain

Mutation entrepreneuriale des politiques urbaines et compétition entre villes

Depuis les années 1970, divers travaux, et en particulier ceux du géographe David Harvey, ont mis en évidence la mutation des politiques urbaines dans les années 1960-1990 vers des politiques « entrepreneuriales » [4-7]. Ces politiques sont marquées par le rôle de plus en plus influent des intérêts économiques privés dans la gouvernance locale, par un glissement des préoccupations de mise à disposition et de redistribution de services et d'équipements aux populations urbaines vers celles de développement économique local dans un contexte de concurrence entre villes. Ces stratégies

visent davantage la place¹ (*place, urban place*) que le territoire (*territory*). Il s'agit en effet plus d'attirer les investissements et les ressources, les populations qualifiées, les populations solvables, les consommateurs, visiteurs et touristes, que de répondre aux besoins d'une population vivant sur un territoire urbain. Le constat de cette évolution vers des politiques urbaines de compétition entre les villes est partagé par de nombreux chercheurs de toutes disciplines [8-17].

Ces processus de développement inégal et de concurrence spatiale sont, pour nombre d'auteurs, consubstantiels à l'économie capitaliste et à ses développements contemporains (voir par exemple [5,18,19]). La mutation entrepreneuriale et l'exacerbation de la compétition entre villes ont sans doute été favorisées par les positions néolibérales qui ont prévalu aux États-Unis et en Grande-Bretagne sous les gouvernements Reagan et Thatcher notamment, accélérant le démantèlement de l'État-providence keynésien. Ces processus n'épargnent pas pour autant les villes d'Europe continentale, et notamment françaises, même s'ils y prennent des formes sans doute différentes [11,16,20]. Bien entendu, cette tendance générale ne signifie pas que, parallèlement, des mécanismes redistributifs ne soient pas également à l'œuvre (comme dans le domaine de l'habitat social ou de l'éducation, par exemple). Mais comme le notent Jamie Peck, Nik Theodore et Neil Brenner :

Les villes sont aujourd'hui prises dans un environnement géo-économique hautement incertain, caractérisé par l'instabilité monétaire, les mouvements spéculatifs du capitalisme financier, les stratégies globales de localisation des grandes entreprises transnationales et l'intensification de la compétition inter-territoriale. Dans ce contexte de désordre global-local croissant, la plupart des gouvernements locaux ont été contraints, dans une certaine mesure indépendamment de leur orientation politique, de s'adapter aux niveaux accrus d'incertitude économique en s'engageant dans des formes court-termistes de compétition entre espaces, de *place-marketing* et de *dumping* réglementaire de façon à attirer les investissements et les emplois (traduit de [14, p. 58]).

Des politiques spatialement sélectives

Le recentrage (du territoire vers la place) introduit par la mutation entrepreneuriale des politiques urbaines s'accompagne aussi d'un glissement de la notion de ville comme ensemble territorial vers la ville symbolique résumée par ses secteurs stratégiques. Le développement de quartiers d'affaires [21], la concentration des opérations

de requalification d'espaces publics dans les centres historiques, les espaces à valeur patrimoniale ou touristique, les quartiers commerçants, les quartiers de gare, et certains quartiers résidentiels – qu'il s'agisse d'espaces déjà favorisés ou d'espaces à « reconquérir » –, sont illustratifs de l'orientation des politiques d'attractivité centrées sur un archipel de lieux stratégiques plutôt que sur le territoire urbain dans son ensemble. Cette sélectivité est largement implicite. S'intéressant au statut de Sydney comme « ville globale », c'est-à-dire comme ville de rang mondial, Donald McNeill, Robyn Dowling et Bob Fagan notent que ce statut prêté à Sydney repose « sur une essentialisation du quartier central des affaires et du cœur historique » de la ville (traduit de [22, p. 939]). Pour Jennifer Robinson, il y a une forme de métonymie dans le fait d'associer une ville entière à la réussite et au pouvoir d'une petite partie de la ville [23]. Lorsque cette sélectivité est explicitée, elle fait souvent l'objet d'une sorte de naturalisation : « Rues commerçantes, places du marché, alentour des écoles, secteurs touristiques, centre-bourgs : certains lieux apparaissent *naturellement*² comme des espaces publics où les piétons devraient être privilégiés » [24, p. 2]. Pourtant il n'y a là rien de très naturel. Sans doute ces lieux font-ils partie des lieux les plus fréquentés par les piétons, mais ils correspondent en outre à des enjeux stratégiques à d'autres égards. C'est donc un choix politique de privilégier les piétons dans ces espaces plutôt que dans d'autres secteurs de la ville, par exemple certains quartiers populaires suburbains densément peuplés³ où la pratique de la marche à pied est sans doute plus diffuse, mais résulte plus souvent d'une contrainte que d'un choix.

Marketing urbain et tri social

La plupart des auteurs que nous avons cités s'accordent sur l'importance des stratégies d'image et de marketing urbain dans ces politiques urbaines entrepreneuriales. Au-delà de l'usage des médias, l'aménagement de l'espace public, le design urbain, la statuaire, l'art de rue, la régénération culturelle, la mise en valeur du patrimoine, l'organisation de « méga-événements », les festivals, les attractions et équipements de récréation, etc., participent de ce marketing

² Souligné par nous.

³ On peut penser notamment aux quartiers d'habitat collectif en périphérie, qui sont densément peuplés contrairement à une idée aujourd'hui répandue (qui tient au fait qu'ils ne sont pas toujours densément bâtis). Par exemple en région Ile-de-France, en première et deuxième couronnes, la densité de population des quartiers d'habitat collectif haut et discontinu (environ 400 habitants à l'hectare en première couronne et 330 en deuxième couronne) est certes deux fois moins élevée que celle des quartiers du même type dans Paris (715 habitants à l'hectare), mais guère inférieure à la densité moyenne des quartiers d'habitat de Paris (512 habitants à l'hectare). Source : IAURIF, 1995 [25, p. 95].

¹ Au sens où l'on parle d'une place internationale, d'une place financière ou économique, par exemple.

urbain [26-28]. Les grandes réalisations, comme la mise en place d'un réseau de métro ou de tramway, ont aussi leur place dans ces stratégies : comme le note Patrick Frenay, « en France tout particulièrement, le renouveau du tram [...] est tout autant – sinon plus – objet de marketing urbain qu'outil de transport » [29, p. 68]. La recherche de l'image positive, de l'attractivité, d'un « climat propice au commerce et aux affaires » (*good business climate*) impose aussi la mise en ordre de l'espace public dans les centres-villes et autres secteurs stratégiques : un arsenal de dispositions, relevant des règlements nationaux et locaux, de la technologie (vidéosurveillance) et de la conception des espaces est mis en œuvre pour écarter certains comportements jugés nuisibles [30-33]. Ces dispositions contribuent aussi à écarter de ces espaces certaines populations jugées indésirables, comme les prostituées, les clochards, les mendiants, les vendeurs ambulants (sur cette dernière catégorie, voir [34]). Pour Roy Coleman [30], il s'agit notamment de dissimuler les clivages sociaux aux yeux des visiteurs, des touristes et des consommateurs. Bien entendu, les phénomènes de ségrégation socio-spatiale ne tiennent pas uniquement aux stratégies d'image ; ils prennent aussi leurs racines dans la logique de compétition des politiques urbaines entrepreneuriales [5,13,35]. Celles-ci conduisent en effet à investir massivement dans des secteurs stratégiques au détriment de l'équilibre général du territoire urbain.

Politiques urbaines entrepreneuriales et développement durable

Si l'on entend la notion de développement durable dans son sens le plus large (c'est-à-dire sous ses aspects environnementaux et sociaux), la contribution des politiques urbaines entrepreneuriales dans ce domaine semble *a priori* douteuse, puisqu'elles sont plutôt de nature à favoriser les inégalités et la ségrégation sociale. Les travaux de recherche à ce sujet ont surtout porté sur la prise en compte du développement durable réduit à sa dimension environnementale [12,36,37]. Ils convergent vers le constat que, dans la période récente du moins, les politiques entrepreneuriales ont su se saisir, au moins en partie, de la rhétorique et de certains des outils de l'action environnementale pour les mettre au service du marketing urbain. Pour Andrew Jonas et Aidan While, il y aurait néanmoins des « espaces de politiques de durabilité » dans la ville compétitive [36]. Pour Vincent Béal, si l'on ne peut nier qu'il y ait eu des améliorations dans les politiques urbaines environnementales depuis les années 1990, ces politiques sont néanmoins « instrumentalisées à des fins d'attractivité et de compétition entre les territoires » [37, p. 60].

Même si l'on ne souscrit pas entièrement aux conclusions de l'ensemble des travaux que nous avons évoqués dans cette section, et dont nous n'avons fait que donner un bref aperçu,

il nous semble du moins qu'ils constituent globalement un corpus suffisamment robuste pour être pris en compte dans l'étude de politiques publiques spécifiques. Ils incitent notamment à prendre un peu de recul critique vis-à-vis de politiques urbaines contemporaines qui peuvent être perçues de prime abord comme contribuant « à l'évidence » à des fins consensuelles, comme la préservation de l'environnement, l'amélioration de la santé ou de la sécurité.

L'aménagement des centres-villes en faveur des piétons

Dans cette seconde partie, nous nous intéressons aux politiques d'aménagement des centres-villes conduisant à y favoriser les déplacements et le séjour des piétons et à y restreindre l'usage de l'automobile. Nous nous plaçons plutôt dans le contexte français, mais nous nous référons aussi à quelques résultats issus de la littérature scientifique internationale.

Ces politiques d'aménagement contribuent-elles réellement à favoriser une mobilité durable, ou sont-elles simplement mises au service de stratégies d'attractivité et de marketing urbain dans un contexte de compétition entre villes ? Les analyses empiriques, portant sur l'étude des actions réalisées, sur leurs motivations ou sur leurs effets, permettent de questionner ces deux hypothèses, du moins si l'on dépasse l'échelle du projet ou de l'opération. En effet, l'étude de projets placés sous les feux de la rampe, tels ceux de piétonisation ou de requalification de voies, doit être complétée par l'analyse des interventions urbaines qui les accompagnent, mais restent souvent dans l'ombre. Ce travail qui conduit à élargir le champ d'analyse, à sortir de l'échelle du seul centre-ville, permet de mieux saisir les stratégies qui sont effectivement à l'œuvre. Nous rendons compte ci-après de quelques analyses et résultats empiriques, portant sur certaines pratiques d'aménagement destinées à favoriser les piétons et à réduire la place de l'automobile dans les centres-villes, comme les opérations de piétonisation ou semi-piétonisation (piétonisation partielle, modération de la circulation, aménagement de « zones de rencontre » ou d'aires piétonnes).

Intentions et motifs affichés dans l'aménagement des centres-villes en faveur des piétons

En France, les textes juridiques et techniques émanant de l'État prescrivent et promeuvent la prise en compte des exigences du développement durable, du moins dans sa dimension environnementale (réduction de la pollution atmosphérique et lutte contre le réchauffement climatique, en particulier), dans l'organisation des déplacements urbains

(voir par exemple [38]). Des objectifs un peu plus précis, qui peuvent être aussi perçus comme des moyens au service de fins environnementales, sont souvent mis en avant, comme la réduction de l'usage de la voiture particulière ou le développement des modes de déplacement non motorisés. Les finalités environnementales, ainsi que celles relatives à la sécurité routière, sont aussi invoquées lorsque l'État développe et modifie des outils technico-règlementaires d'aménagement de piétonisation ou de semi-piétonisation – comme l'aire piétonne ou la « zone de rencontre » [39].

Mais l'analyse de textes produits par les collectivités locales à l'appui d'opérations de piétonisation ou de semi-piétonisation dans les centres-villes fait d'abord et surtout apparaître l'importance des objectifs de développement économique et d'attractivité pour les gouvernements locaux. C'est ce qui ressort de l'étude de documents accessibles en ligne (pages Web, bulletins d'information municipale, supports de présentation publique, etc.) sur les sites institutionnels de collectivités locales, à l'occasion d'opérations de piétonisation en cours ou récentes dans des centres-villes⁴. Nous résumons ci-après quelques résultats de cette investigation.

Dans toutes les opérations étudiées, les finalités relatives à l'attractivité et à la dynamique commerciale du centre-ville sont explicitement exprimées. Les formulations utilisées sont généralement les suivantes : renforcer l'attractivité du centre-ville, de ses commerces, renforcer l'attractivité touristique et commerciale de la ville, valoriser le centre-ville et redynamiser les commerces, favoriser ou conserver le dynamisme commercial, assurer l'attraction de la clientèle, contribuer au développement économique et touristique du centre-ville, etc. Des objectifs un peu plus précis sont parfois formulés, par exemple « attirer une clientèle régionale et faire face à la concurrence accrue du commerce de périphérie ». Souvent implicitement présentes au travers de la notion d'attractivité, les préoccupations d'image et de positionnement dans

la compétition inter-territoriale, à différentes échelles, apparaissent parfois plus nettement : ainsi à Caen la piétonisation d'une place majeure du centre ancien s'inscrit dans un projet de redynamisation du centre-ville qui vise à renforcer l'attractivité de la ville « à la hauteur de son statut de capitale régionale ». À Annemasse, l'aire piétonne doit « concourir au développement économique et touristique du centre-ville, à l'instar de nombreuses villes de Haute-Savoie ». À Marseille le projet de rénovation et de semi-piétonisation du Vieux Port entend notamment « redonner tout son lustre à ce lieu hautement symbolique. Il s'agit de libérer de l'espace et de créer une des plus grandes places piétonnes d'Europe ». À Nice, concernant la piétonisation de l'avenue Jean Médecin, il est noté que « Nice, comme plusieurs grandes métropoles mondiales, a engagé ce projet de transformation » d'un axe majeur de la ville. Enfin, notons qu'un vocabulaire de conflit territorial (la reconquête, la réappropriation, la restitution, la libération) est assez fréquemment utilisé, suggérant souvent au-delà de la question des conflits d'usages (entre piétons et automobilistes, par exemple), une volonté de mutation économique et sociale des espaces : par exemple, à Niort, le projet de piétonisation du centre-ville « s'inscrit dans une stratégie de reconquête du centre-ville dans ses dimensions urbaine, commerciale et sociale ».

Les finalités environnementales apparaissent également fréquemment dans ces textes, sous une forme souvent peu précise, et ne concernent en général que le thème du cadre de vie et de l'environnement local. Les formulations employées sont en général les suivantes : améliorer le cadre de vie des habitants, la qualité de vie dans le quartier, obtenir un centre-ville plus agréable, des cheminements piétonniers agréables et confortables, apporter de la convivialité, apaiser le centre-ville (cette formulation vague pouvant aussi s'appliquer aux questions de vitesse et de sécurité routière). Les préoccupations plus strictement écologiques apparaissent moins fréquemment : diminuer la pollution, améliorer l'environnement visuel et sonore, faire entrer la nature dans la ville, protéger l'environnement, etc. D'autres finalités, comme l'amélioration de la sécurité routière, ou des considérations spatiales (assurer une continuité, un lien) sont parfois évoquées. Enfin d'autres objectifs apparaissent, mais davantage comme des objectifs intermédiaires ou des moyens au service de finalités supérieures : ainsi lorsqu'il s'agit de favoriser la circulation piétonne, réduire le trafic automobile, soigner l'aménagement de l'espace public, embellir l'espace public, mettre en valeur le patrimoine historique, c'est généralement « pour renforcer l'attractivité du centre-ville », « afin de redynamiser les commerces », ou « pour conserver le dynamisme commercial, historique et culturel ».

Dans l'ensemble, les objectifs d'attractivité et de développement économique des secteurs concernés

⁴ Des documents faisant explicitement état des objectifs des démarches engagées ont pu être rassemblés concernant une douzaine d'opérations ou d'ensembles d'opérations, sur la période 2006-2012. Ces opérations concernent selon les cas une voie commerçante importante en centre-ville, une place majeure ou un ensemble de places, rues et ruelles, généralement commerçantes, dans le centre historique. Cette sélection résulte d'une investigation systématique sur internet. Seuls des documents suffisamment explicites concernant les objectifs, et situés sur les sites officiels de collectivités locales ont été retenus. Les propos sont généralement non signés (ou signés du maire ou d'un adjoint) mais engagent clairement la collectivité locale. Les villes concernées, de taille diverse, sont les suivantes : Agen, Aix en Provence, Annemasse, Belfort, Bourgoin-Jallieu, Caen, Cannes, Marseille, Nice, Niort, Perpignan, Saint-Denis (en Seine Saint-Denis). Sources : www.agen.fr, www.aixenprovence.fr, www.annemasse.fr, www.ville-belfort.fr, www.bourgoinjallieu.fr, www.caen.fr, www.cannes.com, www.marseille.fr, www.nice.fr, www.vivre-a-niort.com, www.mairie-perpignan.fr, www.ville-saint-denis.fr.

paraissent prééminents parmi les intentions et motifs affichés par les collectivités locales⁵. Bien entendu, la question du statut de ces discours se pose. On pourrait faire l'hypothèse par exemple qu'il s'agit de discours de circonstance, destinés surtout aux commerçants du centre-ville, parfois inquiets de possibles impacts négatifs sur leurs commerces. Cependant, l'importance extrême donnée aux questions d'attractivité et de dynamique commerciale dans ces textes suggère plutôt l'existence d'une réelle adhésion des collectivités locales aux ambitions de développement économique portées par les commerçants des centres-villes, dans la logique des coalitions entre gouvernements locaux et acteurs économiques mises en évidence dans les recherches sur la mutation entrepreneuriale des politiques urbaines. On pourrait aussi se demander si ces discours ne sont pas des « mises en récit » légitimant *a posteriori* des choix qui pourraient résulter d'autres motivations, et sacrifiant à l'air du temps et aux thèmes à la mode. Mais dans cette hypothèse, il est un peu surprenant que la mode du *greening* n'y soit pas plus prégnante. Il reste que l'analyse des objectifs affichés est insuffisante pour s'assurer des stratégies effectivement à l'œuvre en matière de piétonisation des centres-villes. L'analyse des projets et opérations affichés dans les démarches de planification est également nécessaire, bien que plus coûteuse. La sous-section suivante rappelle un certain nombre de résultats à ce sujet, reposant sur des travaux plus approfondis mais limités à quelques villes.

Réduire l'usage de l'automobile ? Des stratégies globales très ambivalentes

Comme le montrent nos travaux reposant sur l'analyse approfondie des plans de déplacements urbains de plusieurs grandes villes françaises [40,41], les opérations de piétonisation ou de semi-piétonisation sont à resituer dans des stratégies à plus vaste échelle. Ces travaux⁶ nous ont conduits à mettre en évidence une sorte de modèle commun

⁵ S'agissant du poids donné aux objectifs d'attractivité (comme de la teneur générale des discours), il est intéressant de noter que les textes étudiés ne font pas apparaître de différences sensibles selon la couleur politique des municipalités concernées.

⁶ Ces travaux ont porté sur les villes de Marseille [41], Grenoble, Aix en Provence et Aubagne [40] entre 1999 et 2007. Nous suivons encore aujourd'hui les évolutions sur ces différentes villes. En combinant l'analyse des discours (par des méthodes d'observation participante ou des entretiens auprès des acteurs), l'analyse approfondie des réseaux existants, et l'inventaire précis et exhaustif des projets (à partir de différents documents de planification : plans de déplacements urbains, plans locaux d'urbanisme, dossiers de voirie d'agglomération, notamment), il a été possible de mettre en évidence la représentation du territoire propre à chaque agglomération et les stratégies qui sous-tendent l'évolution projetée des réseaux, des flux et des mobilités.

aux villes étudiées, malgré leurs fortes différences en termes de taille, de morphologie, de contexte économique et géographique et d'investissement dans les transports collectifs : « Un modèle générique d'organisation de la circulation est à l'œuvre qui permet aux agglomérations, en quête d'attractivité, de combiner, à leur échelle, accessibilité et protection vis-à-vis de l'automobile » [40, p. 33]. La Fig. 1 donne une représentation schématique de ce modèle.

L'équation à résoudre par les agglomérations est la suivante : comment faire cohabiter les flux rapides et performants des biens, des services et des personnes, considérés comme nécessaires au bon fonctionnement métropolitain d'une part, et d'autre part les flux plus lents de la « déambulation » urbaine associés à l'identité, à l'image et à la qualité de la ville européenne historique, comme à sa vie touristique, culturelle et commerciale ? Ces deux aspects, considérés aujourd'hui par les villes comme deux conditions essentielles de l'attractivité urbaine, sont conciliés grâce à un traitement différencié de l'espace public et des infrastructures qui repose sur une spécialisation des espaces urbains.

La métropole attractive doit être bien connectée aux réseaux de transport et être accessible rapidement. Il faut pour cela capter sur le territoire métropolitain les nœuds de la grande vitesse : aéroport, gare TGV, échangeurs autoroutiers (selon les cas). Il faut également, à l'échelle de l'agglomération, en sus des éventuelles infrastructures ferroviaires, un réseau routier performant qui puisse supporter des flux importants, sans être congestionné. Cela se traduit par des projets d'infrastructures dédiées à l'automobile, assurant des temps de parcours réduits (il peut s'agir par exemple de « boucler une rocade »). Simultanément, la ville, pour être attractive et figurer en bonne place dans les palmarès des « villes où il fait bon vivre », doit aussi être le lieu privilégié de la « déambulation » du chaland, du touriste, de la mobilité « douce ». Cela se traduit par une restriction des flux automobiles au sein de certains espaces urbains au moyen d'aménagements mobilisant la sémantique de la qualité urbaine, limitant les possibilités d'utilisation de l'automobile en ville (partage de la voirie, transport en commun en site propre, limitation du stationnement en surface, piétonisation) ou visant à modérer la vitesse de ces automobiles (zones 30, zones de rencontre, etc.).

En pratique, cette double exigence est prise en compte grâce à un partage territorial : aux centres-villes historiques et aux centralités secondaires la protection vis-à-vis de l'automobile, aux périphéries urbaines les infrastructures routières performantes et les grands nœuds. La régulation des flux de circulation se traduit par un partage territorial

Pour une présentation détaillée des résultats, le lecteur pourra se reporter aux publications citées [40,41].

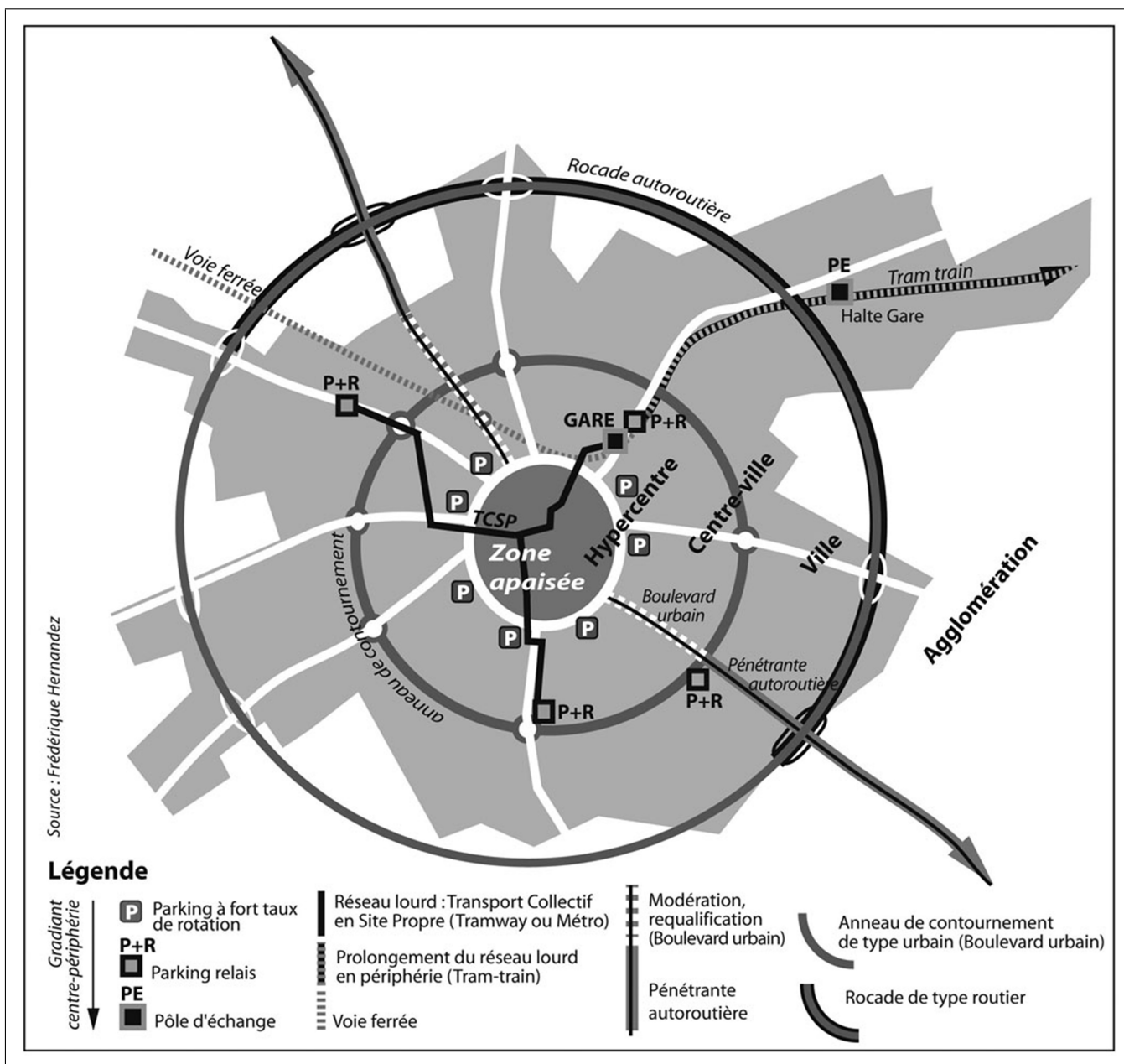


Fig. 1 La planification des déplacements urbains : des centres-villes historiques protégés dans la métropole des flux

horizontal et graduel du centre vers la périphérie. S’y ajoute selon les cas un partage territorial vertical : en surface les voiries offrent une large part aux modes non motorisés, elles deviennent aires piétonnes, zones de circulation apaisées ou sont aménagées en boulevard urbain possédant couloirs de bus et pistes cyclables ; en sous-sol, les parkings souterrains se multiplient⁷, et, dans les grandes agglomérations, les

projets de tranchées couvertes et de tunnels se développent. La voiture continue de pénétrer, voire de traverser les centres-villes, mais cachée, enfouie [41].

La mise en œuvre de ce modèle implique néanmoins, en surface, une diminution de la circulation automobile dans le centre, qui peut être particulièrement ardue à réaliser. Dans le cas des villes centres de grandes aires

⁷ Si les projets de piétonisation ou de requalification des centres-villes comportent une réduction des possibilités de stationnement sur la voirie, ils prévoient très généralement une augmentation ou une amélioration de l’offre de stationnement de courte durée à proximité

immédiate du centre, souvent en sous-sol ; ainsi à Marseille, l’amélioration de l’offre de stationnement « visiteurs » est une des priorités du projet de requalification du centre-ville, qui englobe la piétonisation partielle du Vieux-Port.

urbaines, par exemple, les centres polarisent encore de nombreux emplois et supportent une part considérable des déplacements quotidiens. Il faut alors mobiliser des outils relativement puissants pour y parvenir. Dans ce contexte, la piétonisation ou l'extension des secteurs piétonniers existants, qui constituent des dispositions plutôt radicales, jouent un rôle important. Cette solution vient souvent clore un enchaînement de mesures, qui commence par un nouveau plan de circulation, l'introduction de « sites propres » pour les transports en commun, et se poursuit par la tarification du stationnement et la mise en place de parcs relais en amont du centre.

Bien entendu, le modèle générique présenté rassemble quelques traits principaux correspondant aux cas des villes étudiées, il ne peut rendre compte du détail pour chacune d'elles. Mais quelle est, au-delà de ces cas, sa valeur de généralité ? S'il est probable que certaines villes s'écartent sans doute sensiblement de ce schéma, l'examen de la documentation des plans de déplacements urbains d'autres agglomérations nous incite cependant à penser que le modèle exposé présente une certaine portée générale⁸.

Les développements qui précèdent montrent l'ambivalence des politiques urbaines dans lesquelles s'insèrent les politiques d'aménagement des centres-villes – qui font une large place aux piétons et aux modes non motorisés. Si l'on resitue dans les politiques de transports et de déplacements, à l'échelle de l'agglomération, les opérations de piétonisation, de requalification et d'apaisement des centres-villes, celles-ci apparaissent comme le pendant d'aménagements favorables à l'automobile, notamment dans les périphéries lointaines. Non pas en raison d'une sorte de complémentarité fonctionnelle (attirer l'automobile hors des centres pour rendre ceux-ci aux piétons), mais parce que ces deux orientations constituent deux aspects d'une même quête d'attractivité : l'argument de l'attractivité et du développement conduit à la fois à considérer que l'usage de l'automobile doit être découragé dans certains lieux stratégiques et facilité ailleurs.

Effets sur l'environnement et sur l'usage de l'automobile

La littérature scientifique internationale fait état de réductions du bruit et de la pollution atmosphérique sur les secteurs ayant fait l'objet de piétonisation ; les évaluations ont aussi porté sur la diminution du trafic,

les nuisances et pollutions étant directement liées aux volumes et aux conditions de trafic (voir par exemple [42,43] et les travaux cités dans ces références). Mais ces améliorations locales ne permettent guère de tirer des conclusions globales, la circulation et ses nuisances et pollutions pouvant se déplacer vers d'autres espaces après les opérations de piétonisation. Dans leur analyse conduite sur treize villes allemandes et britanniques ayant transformé des secteurs ou des rues de leur centre-ville en zones piétonnes dans les années 1970 et 1980⁹, Peter Hall et Carmen Hass-Klau notent que la piétonisation entraîne une augmentation de la circulation automobile dans les zones adjacentes [42, p. 122], malgré une amélioration notable de l'offre de transports collectifs dans la plupart des villes étudiées. Dans une étude plus générale analysant les effets de divers aménagements réduisant la capacité des voies (incluant des opérations de piétonisation) sur les reports de trafic¹⁰, d'autres auteurs concluent cependant qu'en général la circulation éliminée des zones piétonnes, ou des espaces réduisant la place dévolue au trafic, n'est que partiellement reportée vers les espaces voisins [44] ; ils notent néanmoins que les méthodes utilisées ne permettent pas de prendre en compte de possibles reports de trafic à plus grande distance. Le cas d'Oxford, étudié par Graham Parkhurst [45] illustre bien la difficulté de l'évaluation : la piétonisation du centre-ville introduite en 1999, dans un contexte marqué par une forte offre de transports collectifs (réseau de bus performant, parcs relais) a engendré entre 1998 et 2000 une baisse de 17 % des déplacements en voiture vers le centre, mais une augmentation de 7 à 12 % du trafic sur les voiries interurbaines et suburbaines ; les éléments présentés ne permettent pas de dresser un bilan global (en termes de kilomètres parcourus).

Il semble donc difficile de parvenir à une conclusion tranchée sur les effets environnementaux des opérations de piétonisation, du fait notamment de cette question du périmètre spatial des évaluations : si l'accessibilité du centre-ville est maintenue, et son attractivité accrue, on ne peut exclure la possibilité d'une augmentation du trafic en périphérie ; notamment dans le cas général où de nouvelles capacités de stationnement (souvent en ouvrage) sont créées en bordure immédiate du centre-ville, à l'intention des clients des commerces, des touristes et des résidents. Même dans le cas où l'accès en transport collectif vers le centre est

⁸ Nous avons procédé, en particulier, à un bref examen des plans de déplacements urbains des agglomérations de plus de 200 000 habitants (au sens des unités urbaines de l'Insee, en 2007). Nous avons pu accéder aux documents de ces plans de déplacements urbains pour 26 de ces 30 agglomérations. Le modèle générique présenté nous a paru conserver une bonne pertinence pour ces 26 cas.

⁹ Il s'agit des villes de Brême, Dortmund, Essen, Hanovre, Cologne, Munich, Nuremberg, Glasgow, Leeds, Liverpool, Manchester, Newcastle et Sheffield.

¹⁰ Cette étude portait sur une centaine de cas très diversifiés, incluant quelques opérations de piétonisation (mais aussi des cas tels qu'une interruption de circulation liée à la rupture d'un pont, par exemple) dans une douzaine de pays, principalement européens.

amélioré, et le report vers ces modes de transport favorisé par des systèmes de parcs relais, il faudrait aussi évaluer l'impact des déplacements induits à court et à long terme (par l'accroissement de l'attractivité du centre-ville et l'offre de transport) sur le trafic automobile entre les périphéries lointaines et ces éventuels parcs relais, par exemple¹¹. Cette limite des évaluations a souvent été soulignée [46-48]. Elle est appelée « effet *Not-In-My-System* » par certains auteurs [47].

Plus largement, on peut aussi noter qu'il est difficile de considérer isolément les politiques de piétonisation ou de modération de la circulation automobile dans les centres-ville sans prendre en compte les stratégies plus globales dans lesquelles elles s'intègrent (voir le point précédent). Si de telles politiques d'aménagement des centres sont le pendant d'opérations d'infrastructures routières dans les périphéries visant à permettre un accès rapide à la ville, ne faut-il pas considérer les effets globaux de telles stratégies – qui ne remettent pas vraiment en question l'usage de la voiture à l'échelle du territoire urbain ?

Effets sociaux

Les notions de développement durable et de mobilité durable intègrent une dimension de développement humain et social. Il semble légitime, si l'on s'interroge sur la contribution de politiques d'aménagement au développement durable, de s'intéresser aussi à leurs effets sociaux.

Les opérations de piétonisation ne favorisent-elles pas le tri social, du fait notamment de leurs effets sur les valeurs commerciales et immobilières ? Les conséquences sur l'activité économique des opérations de piétonisation ont été abondamment étudiées. Dans l'ensemble, ces études concluent que, pour la quasi-totalité des opérations de piétonisation, ce type d'aménagement engendre une augmentation des chiffres d'affaires (pour la plupart des commerces du secteur aménagé) et des loyers commerciaux [45,49-52]. De telles conclusions ont été établies par exemple concernant les espaces piétonniers des villes de la région Provence-Côte-d'Azur [49]. La revue bibliographique de Carmen Hass-Klau [50] s'appuie notamment sur des études concernant plusieurs centaines de villes allemandes et britanniques. Les mêmes tendances ont été établies pour des villes scandinaves [51]. Les constats négatifs sont très rares : ils peuvent concerner des rues commerçantes en déclin, où le faible taux de marge ne permet pas toujours aux commerces d'endurer la période transitoire

de baisse de la clientèle [42] (période de travaux et premiers temps après aménagement), ou certains espaces du centre-ville peu fréquentés par les piétons avant la piétonisation [53, p. 7]. Des évolutions négatives sont parfois constatées aussi pour les secteurs commerçants situés juste à l'extérieur des secteurs ayant fait l'objet de piétonisation [45, p. 19]. Concernant les conséquences des aménagements sur le développement économique, une tendance favorable similaire à celle constatée pour la piétonisation, quoique plus limitée, est aussi observée pour des secteurs ayant été aménagés par des techniques de modération de la circulation (voir notamment quelques résultats cités dans [54]). Certaines recherches montrent d'autre part une spécialisation de l'offre commerciale sur les secteurs ayant fait l'objet d'une piétonisation [42,53,55] : par exemple l'équipement à la personne se développant au détriment des commerces alimentaires de proximité. Bien entendu, il est probable que ces évolutions résultent en partie aussi d'autres mesures accompagnant la piétonisation, et visant l'attractivité et l'accessibilité de ces espaces centraux (comme le traitement des façades, la gestion et l'entretien de l'espace public, l'aménagement de parcs de stationnement, etc.) [51,54]. Les conséquences de la piétonisation sur les valeurs et les loyers de l'immobilier résidentiel ont moins été étudiées, mais les quelques travaux sur ce sujet montrent aussi une évolution à la hausse (voir par exemple [49]). La même tendance est observée pour des réaménagements de quartiers de centre-ville visant à favoriser les piétons et les modes non motorisés (« quartiers verts » et « quartiers tranquilles » à Paris) [56,57].

Dans leur ensemble, ces évolutions semblent aller dans le sens de l'attraction d'une clientèle plus nombreuse ou plus solvable, de populations résidentes plus riches, et de la dissuasion vis-à-vis de populations moins favorisées.

Les processus de tri social ne tiennent cependant pas seulement à l'évolution des valeurs immobilières et commerciales. De multiples dispositions tendent à montrer que les concepteurs et gestionnaires de ces espaces centraux et commerçants (comme certains acteurs privés) tentent d'écarter de ces espaces, directement ou indirectement et par divers moyens, les populations jugées indésirables. On en trouve trace notamment dans le design du mobilier urbain ou de certains équipements ou aménagements : bancs publics conçus pour empêcher de s'y allonger (accoudoirs intermédiaires, bancs courts, plots ou dispositifs dits « assis-debout »), dispositifs hérissés de multiples pointes pour dissuader de s'asseoir sur le rebord d'une vitrine ou dans l'encoignure d'un bâtiment, etc. [33,58]. Ces dispositifs semblent principalement destinés à écarter les clochards de ces espaces, même si les formulations utilisées par les collectivités locales sont euphémiques : il s'agit de tenir compte des « risques d'usages générant des nuisances », d'éviter « la privatisation de l'espace public par certaines

¹¹ L'évaluation des effets de systèmes de *park and ride* à Oxford et à York, dans les années 1990, a montré que ces systèmes peuvent engendrer de nouveaux déplacements, au point que le bilan global en termes de kilomètres parcourus par les voitures peut être défavorable [46, p. 22].

personnes » – alors même que, dans les mêmes lieux, l'occupation commerciale de l'espace public ne semble pas poser problème. Mais d'autres moyens que le design sont aussi mobilisés : les règlements locaux relatifs à la mendicité, souvent mis en place dans les villes centres de grandes agglomérations, semblent relever de la même logique. En référence aux cadres conceptuels évoqués dans la première partie de cet article, on peut expliquer ces tendances par les préoccupations d'image et de marketing urbain, par la recherche de la plus grande attractivité des espaces centraux et commerçants, et également, si l'on prend le point de vue plus radical de Roy Coleman, par le souhait de dissimuler les clivages sociaux dans ces espaces, vis-à-vis notamment des consommateurs et des visiteurs [30,59].

Ces mêmes motifs sont aussi de nature à expliquer la multitude de dispositifs réglementaires et techniques (règlements locaux, vidéosurveillance, aménagements) visant à mettre en ordre et à normaliser les conduites dans ces espaces publics. Roy Coleman évoque par exemple les règlements instaurés par diverses villes britanniques interdisant le port de capuches et de casquettes (avec un argument relatif à la vidéosurveillance), ou un règlement de la ville de Liverpool interdisant la pratique du *skateboard* au motif que cela donne une mauvaise image de la ville et contribue à la dégradation de certains monuments publics [59]. On trouve des règlements locaux du même genre en Europe continentale : par exemple, certaines villes françaises interdisent aussi la pratique du *skateboard* dans les zones piétonnes, alors qu'elles y autorisent les vélos à la vitesse du pas¹² (voir par exemple [60]). Les bancs inconfortables ou les dispositifs hérissés de pointes destinés à dissuader de s'asseoir ou de s'allonger devant les vitrines peuvent être aussi interprétés comme des éléments de design visant à encourager la mobilité des piétons et la consommation [32].

Les centres-villes sont-ils donc vraiment aménagés pour les piétons, ou pour une population particulière de piétons, solvables, mobiles, prêts à consommer et ne déparant pas les lieux par leur apparence ou leurs comportements ?

Effets en matière de compétition inter-territoriale

Il serait difficile de démontrer formellement qu'au-delà des intentions, les aménagements des centres-villes en faveur des piétons, et notamment la piétonisation des « cœurs de ville », apportent un avantage du point de vue du positionnement économique dans la compétition entre villes, ou même en termes d'image, dans la mesure où ce positionnement n'est pas aisé à mesurer et dépend

¹² De telles mesures sont d'autant plus remarquables qu'au sens du code de la route (article R412-34) les *skateboarders* sont assimilés à des piétons.

d'une multiplicité de facteurs difficilement dissociables. Nous n'avons pas trouvé de références bibliographiques sur ce sujet. Les quelques éléments existants sont plutôt de l'ordre de la conjecture : ainsi, s'agissant de la ville d'Oxford, Graham Parkhurst note que « le cas d'Oxford conforte la conclusion générale que la piétonisation est un moyen important par lequel les centres traditionnels peuvent accroître leur attractivité. En effet, en l'absence de l'OTS (*Oxford Transport Strategy*), la compétition venant des centres rivaux rénovés de l'Oxfordshire, dont la plupart sont plus accessibles en voiture, aurait pu être dommageable sur le long terme » (traduit de [45, p. 21]).

Notons cependant que la notion de compétition inter-territoriale n'est pas à entendre seulement au sens de la concurrence entre villes (à l'échelle internationale, nationale ou régionale), mais également au sens de la concurrence entre lieux au sein d'un même espace urbain. De ce point de vue, les éléments présentés dans la sous-section précédente suggèrent que, dans leur ensemble, les opérations de piétonisation (et les stratégies plus générales dans lesquelles elles s'insèrent) donnent bien un avantage aux centres-villes, notamment du point de vue du développement économique et de la concentration de la valeur.

Conclusion

Les politiques d'aménagement des centres-villes en faveur des piétons (piétonisation, piétonisation partielle, aménagement de « zones de rencontre », etc.), contribuent-elles, dans leur ensemble, à un développement urbain durable ? S'agissant des conséquences environnementales, l'analyse de la littérature scientifique montre que cela reste très incertain. La mesure, à une échelle suffisamment globale, des effets de tels aménagements reste à faire car, comme le note David Banister plus généralement au sujet des mesures de *traffic calming* : « Les bénéfices d'un trafic moindre et d'un environnement plus calme et moins pollué peuvent être plus que compensés par des accroissements des niveaux de pollution et de consommation d'énergie ailleurs dans le système » (traduit de [54, p. 45]). D'autre part, s'agissant de la dimension sociale du développement durable, il paraît difficile de conclure à des effets positifs, compte tenu du constat général de l'augmentation des valeurs commerciales et immobilières suivant les aménagements de piétonisation ou d'apaisement de la circulation dans les centres-villes, qui tend plutôt à renforcer les inégalités socio-spatiales.

Par ailleurs, les éléments que nous avons rassemblés dans cet article semblent plutôt étayer l'hypothèse selon laquelle, dans de nombreux cas, ces politiques d'aménagement s'inscrivent principalement dans des stratégies d'attractivité – que l'on peut interpréter en référence aux processus de compétition inter-territoriale et de

marketing urbain qui caractérisent la ville entrepreneuriale. De telles politiques sont de nature à instaurer un tri social dans ces espaces, par les choix d'aménagement et de gestion (tarification du stationnement, par exemple) et par l'effet du renchérissement des valeurs immobilières et commerciales au sein de ces espaces. En outre, la concentration des moyens et des investissements sur un archipel de lieux stratégiques – attirant dans ces lieux les consommateurs, les visiteurs et les populations les plus solvables – limite les possibilités de redistribution vers les autres parties de l'espace urbain, plus pauvres et subissant par ailleurs le recul progressif des services publics pour des raisons de rentabilité ou de rationalisation. C'est aussi cette sélectivité spatiale qui rend le bilan environnemental incertain, la réduction de la place de l'automobile et de ses nuisances dans les centres-villes s'accompagnant souvent de l'augmentation de l'accessibilité automobile des consommateurs au voisinage de ces quartiers centraux, et de nouveaux développements routiers dans d'autres espaces de la ville et dans les périphéries lointaines.

Le constat critique d'une contribution à la ségrégation socio-spatiale ou à la gentrification a été porté pour bien d'autres éléments des politiques urbaines, comme les opérations de renouvellement urbain, les réalisations du *New Urbanism* aux États-Unis, ou encore le renouveau des systèmes de tramways en France (qui pour Patrick Frenay contribuent à un renforcement de la « dualisation urbaine » [61]). Se saisir de tels constats n'est pas facile pour les responsables et les professionnels de la conception des espaces publics. En effet, si la production de valeur immobilière et commerciale est source de ségrégation socio-spatiale, c'est aussi un signe positif du point de vue du concepteur : une réalisation qui ne produirait pas de valeur, qui ne présenterait pas d'attractivité pour des résidents ou des visiteurs, pourrait-elle être considérée comme une réussite du point de vue d'un concepteur d'espace public ? Cette difficulté ne doit cependant pas conduire à ignorer les conséquences négatives de ces stratégies spatialement sélectives concentrant l'effort des collectivités sur quelques îlots ou corridors de qualité urbaine au sein de leurs territoires. Les professionnels de l'aménagement sont en grande partie contraints par la commande publique et par l'échelle de leurs interventions (l'opération, le projet), spatialement délimitées. Sans doute ces questions doivent-elles être prises en compte à des échelles plus vastes, et par l'ensemble des acteurs de l'aménagement du territoire urbain. Mais quelles sont les marges de manœuvre des gouvernements urbains dans le contexte actuel de compétition inter-territoriale ?

En 1995, Phil Hubbard notait à la fin d'un article : « Voilà où est l'énigme pour les planificateurs et architectes : comment défendre des conceptions qui ne renforcent pas ou ne renouvellent pas simplement les intérêts dominants

mais qui rencontrent réellement les aspirations et les besoins de toute la collectivité ? » (traduit de [62, p. 251]). Cette question semble avoir gardé toute son actualité.

Références

1. Dupuy, G (1999) *La dépendance automobile*. Anthropos, Paris, 160 p.
2. Prud'homme, R, Koning, M (2012) Electric vehicles: a tentative economic and environmental evaluation. *Transp Policy* 23:60–69.
3. Fleury, D (2001) Learning from international comparisons: urban policies and implementation dynamics in European towns. In: Fleury, D (ed.) *A City for Pedestrians: Policy Making and Implementation*, COST Action C6 Final Report. Office des publications de la Communauté européenne, Bruxelles, pp 259–270.
4. Harvey, D (1989) From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism. *Geogr Ann B* 71:3–17.
5. MacLeod, G (2002) From urban entrepreneurialism to a “revanchist city”? On the spatial injustices of Glasgow's renaissance. *Antipode* 34: 602–624.
6. Molotch, H (1976) The city as a growth-machine: toward a political economy of place. *Am J Sociol* 82: 309–332.
7. Leitner, H (1990) Cities in pursuit of economic growth: the local state as entrepreneur. *Polit Geogr Q* 9: 146–170.
8. Cheshire, PC, Gordon, IR (1995) *Territorial Competition in an Integrating Europe*. Avebury, Aldershot, 317 p.
9. Jensen-Butler, C (1997) Competition between cities, urban performance and the role of urban policy: a theoretical framework. In: Jensen-Butler, C, Schachar, A, VanWeesep, J (eds.) *European Cities in Competition*. Avebury, Aldershot, pp 3–42.
11. Begg, I (1999) Cities and competitiveness. *Urban Stud* 36: 795–809.
12. Lever, WF (1999) Competitive cities in Europe. *Urban Stud* 36: 1029–1044.
13. While, A, Jonas, AEG, Gibbs, D (2004) The environment and the entrepreneurial city: searching for the urban ‘sustainability fix’ in Manchester and Leeds. *Int J Urban Reg Res* 28: 549–569.
13. Lakshmanan, TR, Chatterjee, L (2006) The entrepreneurial city in the global marketplace. *Int J Entrep Innov Manag* 6: 155–172.
14. Peck, J, Theodore, N, Brenner, N (2009) Neoliberal urbanism: models, moments, mutations. *SAIS Rev* 29: 49–66.
15. Shapely, P (2011) The entrepreneurial city: the role of local government and city-centre redevelopment in post-war industrial English cities. *Twentieth Century British History* 22: 498–520.
16. Pereira, P, Nofre, J (2011) Rebuilding urban morphology: new centralities and urban inequalities in Southern European cities. *Sociologia On Line* 2: 655–684.
17. Theodore, N, Peck, J (2012) Framing neo-liberal urbanism: translating ‘commonsense’ urban policy across the OECD zone. *Eur Urban Reg Stud* 19: 20–41.
18. Brenner, N, Theodore, N (2002) Cities and the geographies of “actually existing neoliberalism”. *Antipode* 34: 349–379.
19. Smith, N (1984) *Uneven Development*. Blackwell, Oxford, 198 p.
20. John, P, Cole, A (1998) Urban regimes and local governance in Britain and France, policy adaptation and correction in Leeds and Lille. *Urban Aff Rev* 33: 382–404.
21. Perroux, E, Pütz, R, Glasze, G (2012) Business Improvement Districts (BIDs): the internationalization and contextualization of a ‘travelling concept’. *Eur Urban Reg Stud* 19: 111–120.
22. McNeill, D, Dowling, R, Fagan, B (2005) Sydney/Global/City: an exploration. *Int J Urban Reg Res* 29: 935–944.

23. Robinson, J (2002) Global and world cities: a view from off the map. *Int J Urban Reg Res* 26: 531–554.
24. CERTU (2009) *Aire piétonne, zone de rencontre, zone 30: quels domaines d'emploi ?* Fiche n° 2. Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques, Lyon, 8 p.
25. IAURIF (1995) *Référentiel de densités et de formes urbaines*. IAURIF, Paris, 97 p.
26. Hubbard, P, Hall, T (1998) The entrepreneurial city and the new urban politics. In: Hall, T, Hubbard, P (eds.) *The Entrepreneurial City: Geographies of Politics, Regime and Representation*. Wiley, Chichester, pp 1–26.
27. Ashworth, GJ, Voogd, H (1990) *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*. Belhaven Press, London, 178 p.
28. Kavartzis, M (2004) From city marketing to city branding: towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding* 1: 58–73.
29. Frenay, P (2004) Le tram, outil au service du développement urbain durable ? Réflexions tirées d'une comparaison entre quelques villes moyennes françaises et allemandes (I). *Transp Environ Circ* 184: 62–69.
30. Coleman, R (2005) Surveillance in the city: primary definition and urban spatial order. *Crime Media Cult* 1: 131–148.
31. Klausner, F (2004) La vidéosurveillance comme mécanisme de production disciplinaire de l'espace public, une analyse empirique et théorique : l'exemple de la ville de Genève. *Bull Assoc Geogr Fr* 81: 631–646.
32. Rousseau, M (2008) La ville comme machine à mobilité, capitalisme, urbanisme et gouvernement des corps. *Métropoles* 3: 181–206.
33. Paté, G, Argillet, S (2005) Bancs publics, regard sociologique sur l'ordinaire des espaces urbains. *Actes Rech Sci Soc* 159: 116–120.
34. Crossa, V (2009) Resisting the entrepreneurial city: street vendor's struggle in Mexico city's historic center. *Int J Urban and Reg Res* 33: 43–63.
35. Smith, N (2002) New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode* 34: 427–450.
36. Jonas, AEG, While, A (2007) Greening the entrepreneurial city? Looking for spaces of sustainability politics in the competitive city. In: Krueger, R, Gibbs, D (eds.) *The Sustainable Development Paradox*. Guilford, New-York, pp 123–155.
37. Béal, V (2009) Politiques urbaines et développement durable : vers un traitement entrepreneurial des problèmes environnementaux. *Environnement urbain* 3: 47–63.
38. CERTU (2008) *Agir contre l'effet de serre, la pollution de l'air et le bruit dans les plans de déplacements urbains*. Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques, Lyon, 88 p.
39. MEEDDAT (2008) *La démarche « code de la rue » en France*. Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire, Paris, 8 p.
40. Reigner, H, Hernandez, F (2007) Les projets des agglomérations en matière de transports : représentations, projets, conflits et stratégie de « détournement » des réseaux. *Flux* 69: 21–34.
41. Hernandez, F (2003) *Le processus de planification des déplacements urbains entre projets techniques et modèles de ville*, Thèse de doctorat en aménagement de l'espace et urbanisme. IAR, Université Aix-Marseille III, Aix en Provence, 351 p.
42. Hall, P, Hass-Klau, C (1985) *Can Rail Save the City? The Impacts of Rail Rapid Transit and Pedestrianization on British and German Cities*. Gower, Aldershot, 241 p.
43. Chiquetto, S (1997) The environmental impacts from the implementation of a pedestrianization scheme. *Transp Res D* 2: 133–146.
44. Goodwin, P, Hass-Klau, C, Cairns, S (1998) Evidence on the effects of road capacity reduction on traffic levels. *Traffic Eng Control* 39: 348–354.
45. Parkhurst, G (2003) Regulating cars and buses in cities: the case of pedestrianisation in Oxford. *Econ Aff* 23: 16–21.
46. Parkhurst, G (1995) Park and ride: could it lead to an increase in car traffic? *Transp Policy* 2: 15–23.
47. Gudmundsson, H, Sørensen, CH, Åkerman J et al (2010) *Limits to and unintended effects of transport policies*. European Transport Conference, Glasgow, 11-13 October.
48. Goodwin, PB (1998) Unintended effects of transport policies. In: Banister D, *Transport Policy and the Environment*. E&FN Spon, London, pp 114–129.
49. Vaudour, N (1982) Les espaces piétonniers en Provence-Côte d'Azur. *Ann Geogr* 91: 442–453.
50. Hass-Klau, C (1993) Impact of pedestrianisation and traffic calming on retailing: a review of evidence from Germany and the UK. *Transp Policy* 1: 21–31.
51. Sandahl, J, Lindh, C (1995) Impact of improving the attractiveness of town centres. *Transp Policy* 2: 51–56.
52. Whitehead, T, Simmonds, D, Preston, J (2006) The effect of urban quality improvements on economic activity. *J Environ Manag* 80: 1–12.
53. Norbert, F (2003) Piétonisation et relance de l'activité commerciale dans le centre-ville de Marseille. *Méditerranée* 100: 5–10.
54. Banister, D (1992) Traffic calming in the United Kingdom : the implications for the local economy. In: *Atti del XXII Incontro di Studio*. Firenze University Press, Firenze, pp 45–67.
55. Bourjaillat, V, Rabilloud, H (1989) Les rues piétonnes lyonnaises ou le renforcement de la spécialisation commerciale au service de la centralité ? *Rev Geogr Lyon* 64: 99–110.
56. Bureau, B, Glachant, M (2010) Évaluation de l'impact des politiques « quartiers verts » et « quartiers tranquilles » sur les prix de l'immobilier à Paris. *Econ Previs* 192: 27–44.
57. Clerval A, Fleury A (2009) Politiques urbaines et gentrification, une analyse critique à partir du cas de Paris. *L'Espace politique* 8 (<http://espacepolitique.revues.org/index1314.html> ; accès le 23 novembre 2012).
58. Elfort A, Schaller G (2009) Empêcher les SDF de s'asseoir : la ville ne manque pas d'idées. *Rue89*, 26 novembre (www.rue89.com, accès le 14 novembre 2012).
59. Coleman, R (2004) Reclaiming the streets: closed-circuit television, neoliberalism and the mystification of social divisions in Liverpool, UK. *Surveill Soc* 2: 293–309.
60. Anonyme (2008) Une zone réglementée. *Montpellier notre ville* 320: 21.
61. Frenay, P (2005) Le tram, outil au service du développement urbain durable ? Réflexions tirées d'une comparaison entre quelques villes moyennes françaises et allemandes (II). *Transp Environ Circ* 185: 2–8.
62. Hubbard, P (1995) Urban design and local economic development, a case study in Birmingham. *Cities* 12: 243–251.