



**HAL**  
open science

# The future of an event in the face of an absent citizen and artist. (The case of Constantine, capital of Arab culture 2015)

Rofia Epouse Arzour Abada

## ► To cite this version:

Rofia Epouse Arzour Abada. The future of an event in the face of an absent citizen and artist. (The case of Constantine, capital of Arab culture 2015). 2019. hal-02182940

**HAL Id: hal-02182940**

**<https://hal.science/hal-02182940>**

Preprint submitted on 30 Jul 2019

**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.

**The future of an event in the face of an absent citizen  
and artist. (The case of Constantine, capital of Arab  
culture 2015)**

Rofia Abada

► **To cite this version:**

Rofia Abada. The future of an event in the face of an absent citizen and artist. (The case of Constantine, capital of Arab culture 2015). 2019. hal-02182940

**HAL Id: hal-02182940**

**<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02182940>**

Submitted on 30 Jul 2019

**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.

**Le devenir d'un événementiel face à un citoyen et un artiste absents.  
(Le cas de Constantine capitale de la culture arabe 2015)**

Rofia ABADA épouse ARZOUR  
Doctorante à la Faculté d'Architecture et d'Urbanisme, Laboratoire « Villes et santé »  
Université Salah Boubnider Constantine 3.  
Enseignante chercheure au centre universitaire Abdelhafid Boussouf, Mila  
[Email: abadarofia@gmail.com](mailto:abadarofia@gmail.com)

**Introduction**

Pendant longtemps, les ressources utiles au développement économique ont été l'exploitation et la transformation des minerais. Aujourd'hui, les dynamiques de territoire ont changé ils se fondent sur d'autres atouts, ou les compétences techniques et créatrices des hommes et des femmes jouent un grand rôle. La culture trouve donc naturellement sa place dans l'éventail des ressources mobilisables dans le cadre des stratégies mises en œuvre par les villes et les métropoles pour s'affirmer sur la scène nationale ou internationale. Elle l'est d'ailleurs à plusieurs titres, en particulier pour construire une identité de territoire et une image de marque, et pour créer un environnement local identifié.

La culture est rarement l'axe principal des stratégies métropolitaines. Elle est cependant sollicitée par la plupart d'entre elles. Plusieurs actions peuvent être mises en œuvre. Elles reposent sur deux vecteurs : la capacité à organiser des grands événements à portée nationale ou internationale et la présence d'un patrimoine bâti reconnu ; ces deux vecteurs ont été d'abord détectés, puis sollicités pour le choix de Constantine capitale de la culture arabe 2015, un choix qui va sans doute impacter sur la ville et son territoire.

C'est ce que Paul Lecroart, urbaniste résume dans un article<sup>1</sup> en affirmant que le grand événement culturel impacte de deux manières la ville : *« il participe à la création, à la transformation ou à la valorisation de l'image d'une métropole auprès du grand public comme des décideurs économiques, à condition toutefois d'être médiatisé, et il met en jeu la capacité d'organisation des villes à conduire de tels projets, à mobiliser des financements et des investissements sur un temps très court »*.

Telles les capitales européennes de la culture (Marseille 2013) et les capitales arabes de la culture (Alger 2007), ainsi que les capitales islamiques de la culture (Tlemcen 2011). Le concept est simple les villes candidates doivent proposer un programme de manifestations culturelles qui soit conforme à son caractère européen, arabe ou islamique et largement ouvert à la participation des populations. Les thèmes retenus doivent permettre la coopération entre artistes et opérateurs culturels de différents pays et doivent contribuer durablement au développement culturel, économique et social de la ville choisie. C'est pourquoi ce titre est très recherché, ce qui provoque une rude concurrence entre les villes qui souhaitent l'obtenir.

Le titre de Capitale de la Culture est donc bien un outil de développement utile à la stratégie des pouvoirs publics pour dynamiser leur territoire.

---

<sup>1</sup> In Dossier « Territoire en quête d'images », revue urbanisme HS n° 18, mars-avril 2003

C'est en discutant avec des artistes du conservatoire de Constantine, que l'idée nous avait effleuré l'esprit, et que notre intention a été attiré par ce sujet ; leur propres interrogations sur leur propre ville nous avaient vraiment interpellé, en fait leur angle de vision était différent du nôtre et au même temps si proche du notre ; il y avait ce petit fil qui lier nos réflexions sur une même ville « NOTRE VILLE » était notre point commun.

On s'interrogeait conjointement sur l'avenir des habitants, du quartier, de la ville et sur la place qu'ils allaient désormais y occuper, et surtout leurs difficultés à se repérer dans un projet à venir celui de « CONSTANTINE CAPITALE DE LE CULTURE ARABE 2015 », ils se sentaient exclus de ce soit disant projet, ce qui nous a amené à nous interroger sur le positionnement actuel des artistes, dans cette ville qui va accueillir un événement culturel, et plus largement encore le positionnement de la culture dans notre ville natale Constantine.

### **Les ambitieux objectifs de la ville**

Les villes doivent élargir leurs aires d'influence pour s'affirmer a l'échelle nationale voire même internationale surtout dans le cas de métropoles (ex : Constantine) pour cela elles doivent être attractives.

**L'attractivité** : est devenue un enjeu majeur pour lequel se livrent les villes de demain, mais que signifie « être attractif » et que doit-elle attirer ?

Une ville doit être capable de faire venir à elle des capitaux, des hommes, du potentiel, de l'innovation et de la connaissance afin d'assurer une place en tête de classement ; or ces éléments qui sont indispensables pour dynamiser un territoire sont extrêmement mobiles, il faut donc les attirer mais aussi réussir à les conserver. C'est pourquoi les villes et les métropoles se livrent entre elles à une concurrence rude et acharnée ; pour maintenir donc cette attractivité les villes doivent être innovantes et compétitives.

**L'innovation** : est devenue une obligation pour les autorités publiques.

Thierry Madies et Jean Claude Prager la définissent comme la valorisation de nouvelles idées. Elle est multiforme et peut s'exprimer au travers de :

- Une nouvelle production ou un nouveau service
- Un nouveau procédé de production
- Une nouvelle organisation de la structure et de son travail, par exemple dans la mise en place d'une gouvernance

Il faut noter que la diffusion de l'innovation et la manière dont elle touche les populations et particulièrement lente, (comme ce fut le cas pour l'électricité et les NTICs mais elle est pérenne dans le temps et c'est une source prolifique pour d'autres innovations futurs.

La seconde notion clé de l'attractivité est **la compétitivité** :

- Elle concerne d'abord les entreprises, qui l'associent à leurs performances dans le cadre d'une économie concurrentielle.

-Elle concerne la capacité des territoires à contribuer à la création et au développement d'activités économiques, à attirer et à retenir des compétences humaines et à disposer de moyens financiers.

-Etre compétitif, selon Thierry Madies et Jean Claude Prager, c'est donc être capable de développer un potentiel économique dans une région et d'augmenter le niveau de vie de ses habitants. A minima, c'est la capacité à produire des biens et des services commercialisables dans la concurrence internationale, la capacité à produire de la croissance durable du revenu par habitant. C'est aussi la capacité à augmenter le niveau de vie en termes de qualité de l'environnement.

### **Les stratégies de la ville**

Dans ce contexte de concurrence, les villes mettent en œuvre des stratégies dont les enjeux sont variables selon les objectifs pour lesquelles chaque ville se livre à atteindre, les plus importants généralement sont d'ordre économique. Etablir une stratégie, c'est maîtriser des enjeux par le bon choix et une bonne coordination des actions appelés « leviers » en raison de leur capacité à élever le taux d'attractivité, d'innovation et de compétitivité du territoire, prix en compte face à d'autres territoires concurrents.

### **Le marketing territorial et la ville**

Comment affirmer son identité, comment se distinguer de ces concurrents (villes) ? Dans ce cas devenir une ville attractive exige un travail en profondeur, il faut donc se distinguer, dire ce qui la rend meilleure que les autres, ce qui la différencie, et là la stratégie choisie sera certainement soumise au marketing territorial.

**-Le marketing** est un « *ensemble de méthodes et de moyens dont dispose une entreprise pour promouvoir auprès de clients potentiels qui l'intéressent, des comportements favorables à la réalisation de ses objectifs* »<sup>2</sup>. Appliqué à la promotion d'un territoire comme la ville, le marketing territorial constitue un levier de compétitivité utilisé par les décideurs politiques pour attirer les « *Activités génératrices de revenus et d'emplois, que celles-ci soient nouvelles ou favorables au développement des entreprises déjà présentes localement* »<sup>3</sup>. Il stimule également la venue massive de touristes. Il est donc étroitement lié aux choix stratégiques, politiques ou économiques, des collectivités locales.

Se soumettre à la stratégie et à la technique du marketing sous-entend mettre en place des actions dans le but de développer une image de la ville, pour qu'elle puisse rayonner dans l'aire d'influence qu'elle occupe ; c'est aussi permettre de la doter d'une lisibilité à l'échelle nationale et même internationale, afin d'affirmer son identité et valoriser ses atouts.

L'image se construit et possède son propre langage ne laissant rien au hasard, elle combine idées, impressions, sentiments, pour façonner le territoire ; c'est pour cela qu'elle est devenue l'une des préoccupations des collectivités territoriales qui doivent la maîtriser.

Dans ce contexte la communication de cette image est devenue primordiale, la qualifiant d'image de marque, elle représente depuis les années 90 une ligne majeure pour les élus

---

<sup>2</sup> In « Mercator », ouvrage collectif, éd. Dalloz, 5<sup>e</sup> édition, 1999.

<sup>3</sup> In « L'encyclopédie du marketing », dir. Jean Marc Lehu, éd. d'Organisation, 2004)

territoriaux, une façon intelligente de mettre en scène la ville par l'utilisation de plusieurs moyens de communication tel les NTICs, la presse et l'audiovisuel...etc.

### **La ville, une source d'inspiration pour les artistes**

La ville a toujours bercée le talent des artistes, elle représente pour eux ce médium, ce matériau ,ce liant, une source d'inspiration inépuisable , cet ovni qui ne cesse de muter ,donne plusieurs choix, une liberté d'expression inouï; et surtout sans limites au-delà de l'imaginaire, les artistes ont ce que les autres n'ont pas, ils transforment l'ordinaire en extraordinaire ;le banale en rigoureux, et surtout ils retrouvent dans le désordre de la ville un ordre, qu'ils mettent à notre disposition grâce à leurs œuvres et chef d'œuvres, l'invisible devient visible juste par un simple geste, un pinceau, une mélodie, une sculpture, une nuance ,une couleur tout à un sens et au même temps tout est développé par tous nos sens, on voit la ville, on la sent, on l'écoute, on la savoure et surtout on la touche. Tout devient en un instant plaisirs et sensations ; une identité apparaît ; un sentiment d'appartenance renaît, pour laisser place à une ville ou on ne conjugue que le « NOUS » ou on a tous les mêmes droits ; une ville viable, vivable et surtout équitable. Selon Paul Ardenne les artistes ont deux façons de procéder en matière d'art urbain, Ils peuvent soit répondre à une commande publique, ce qui donne lieu à la mise en place d'œuvres installées sur les places ou dans les espaces verts à la manière d'un décor, ou encore à la réalisation de scénographies festives ou esthétiques, soit au contraire refuser tout programme pour intervenir librement, voire clandestinement dans l'espace urbain.

Cette forme de proposition artistique est plus interrogative, plus provocante et ne séduit pas forcément les citoyens ainsi abordés, mais elle exploite des ressources urbaines peu sollicitées par ailleurs et provoque de nouveaux questionnements ou une émotion inhabituelle.

Mais, Au-delà de ces deux modes d'interventions nous constatons que le dialogue entre ville et artistes a beaucoup évolué vers des nouvelles formes de collaboration.

La ville face à ces fortes mutations, se transforme, et transforme à son tour la société qu'elle abrite, mais de nos jours les artistes sont de plus en plus sollicités, face à de nombreux enjeux qui s'imposent aux différents acteurs de la ville, tel les élus, les décideurs économiques les aménageurs du territoire, qui ne peuvent laisser indifférents tous les professionnels du métier y compris les artistes et tout ce qui représentent le secteur culturel en général.

Ces enjeux sont nombreux ils nous interpellent profondément, et nous pousse à faire divers réflexions nous les architectes et les urbanistes sur la façon de construire la ville, de la gérer, tout simplement de réfléchir sur le devenir de la ville ; face à plusieurs facteurs tel la mondialisation économique, la globalisation financière, une forte croissance démographique marqué par une mixité culturelle due à l'arrivée en masse de nouvelles populations émigrées , une forte crise sociale, ou encore le manque de foncier et la volonté d'améliorer la qualité de l'environnement urbain ; ainsi que le développement des nouvelles technologies d'information et de communication NTICs, qui ont radicalement modifié l'usage de l'espace / temps et qui accélèrent les flux tout en modifiant les relations humaines. Toutes ces transformations exigent une mobilisation des énergies de l'ensemble de la société civile, grâce à une gouvernance locale qui s'installe graduellement dans nos villes, changeant la vision de

la ville mal aimée, rejeté, vers une ville concerté pour un avenir meilleur ou la culture prend place graduellement.

## **L'événementiel capitale de la culture arabe sur le plan spatial et social :**

### **Aperçu sur la ville de Constantine**

Depuis toujours, il y'a eu des villes qui ont marqué l'histoire, entre celles qui ont une histoire spécifique, celles qui ont duré dans le temps, et celles qui par leurs racines tiennent toujours debout, parmi toutes ces villes, Constantine en fut une.

Constantine ville doté d'une histoire et d'un passé particulier ; l'une des plus vieilles cités maghrébines sous le nom de CIRTA, avec ces 2500 ans d'histoire, qui font d'elle une ville très particulière, de par son site en forme de nid installé sur un rocher, tout cela la dote d'un caché unique, son authenticité, attire et fait rêver.

Parmi les particularités de cette métropole de l'est algérien, son site qui fait que cette ville soit unique en son genre, pentes escarpements, gorges, collines, oueds, un panorama très riche et au même temps très contraignant Constitué d'un bloc calcaire situé à 650m d'altitude, ceinturé par les canyons de l'oued Rhumel au nord et à l'est, tandis qu'à l'ouest un énorme escarpement domine les jardins d'El Hamma à 300 m d'hauteur.

Le site initial de la ville fut choisi sur un bloc rocheux avec une étendue de 42 hectares il perdure toujours de nos jours représentant le cœur de la ville.

Le rocher pour Constantine a le même poids et la même valeur qu'à la casbah pour Alger.

Constantine est parmi les rares villes où MEDINA et NOUVELLE VILLE cohabitent ensemble, un pari osé certes, mais qui a résolu pas mal de problèmes urbains, on peut dire que la médina exige à donner naissance à un nouveau-né à 15 kilomètres de la ville mère mais comment maintenir le cordon ombilicale « entre la maman et son petit » et c'est là où les infrastructures de la ville auront leurs rôles à jouer pour maintenir ce lien !

C'est avec la création du premier tronçon du tramway, et par la suite la réalisation du gigantesque Viaduc de Salah bey que la ville des ponts se dote une fois encore d'un nouveau pont, mais quel pont ! Le plus grand d'Afrique il va sans doute changer l'image et la perception de la ville puisque la modernité de ce pont contraste avec l'ancien tissu urbain celui de la MEDINA dressée sur un rocher, offrant à la ville une autre vision celle d'une ville plus moderne.

### **Mais ou est passé la ville de Constantine ?**

La ville de Constantine accueille un événement considérable le **16 avril 2015**, elle a été élue **CAPITALE DE LA CULTURE ARABE 2015** un événement de taille qui nécessite une bonne organisation et surtout une bonne gestion de l'espace urbain.

Le choix de ce sujet ne fut pas aléatoire mais prémédité ; Constantine représente notre ville natale qui à bercer notre enfance pendant quarante années déjà !

Dès lors plusieurs questions nous traversent l'esprit :

Comment réagit le citoyen face à ces bouleversements qui vont durer près d'une année et comment vit-il ce changement ? A-t-il été averti ? Informé ? Contacté ?

Où est passé l'artiste face à ce changement qui est d'ordre culturel ; existe-t-il dans tout ce remue-ménage ou représente-t-il juste une cerise sur un gâteau ?

Tout cela sera traité en aval par notre travail, dans le cadre de cette communication qui sera intitulé **entre un artiste anormalement présent et un citoyen considérablement absent, entre spatialité et sociabilité. (Le cas de Constantine capitale de la culture arabe).**

L'événementiel Constantine capitale de la culture arabe 2015 se construit jour après jour, entre réhabilitation des façades, réalisations de nouveaux équipements culturels, mise en valeur des différents VRD, des échafaudages qui se dressent comme des champignons le long de tous les accès principaux du centre-ville de Constantine, préparez-vous l'opération Bulldozer a commencé ! Les rues sont saccagés au marteau piqueur, les engins parcourent jour et nuit les rues du centre-ville de Constantine, malmenant ce tissu fragile, par les vibrations et ces charges qui affectent sa stabilité, dans tout ce chamboulement de l'espace, nous avons constaté que le citoyen était absent, le silence règne c'est le flou totale, face à une ville qui se détruit et se reconstruit , une mise en sens dessus dessous et surtout un refus totale de dialogue, le citoyen subit, se tait et vit ce cauchemar .

Face à l'urgence et le manque de temps les travaux de chantier ont commencé avec une cadence très particulière, BRUIT, NUISANCE, POUSSIERE, ont chantonner et animer nos nuits de carême, un calvaire pour lequel le citoyen n'a ni été averti, ni été prévenu, ni été informé, une absence totale d'information, de négociation et de concertation, une gouvernance inexistante face à un citoyen mis devant le fait accompli et dépourvue de tout droit à sa propre ville « Constantine », une absence totale aussi d'une gestion urbaine de proximité qui permet au citoyen de participer, et de contribuer à l'amélioration urbaine de sa ville ; et surtout d'avoir son mot à dire sur sa propre ville, de pouvoir prendre les bonnes décisions pour un confort et une qualité de vie meilleure.

Ajouté à tout cela une négligence totale et une absence de stratégie et de coordination entre tous les secteurs de la ville c'est-à-dire SONELGAZ, SEACO, ALGERIE TELECOM ; les responsables de l'assainissement.....et tous les responsables de la ville, avec quotidiennement des coupures d'électricité journalières, ainsi que celle du téléphone et d'internet, des canalisations d'eau potable fissurés et massacrés par le passage des engins ; ce qui a aussi engendré des coupures d'eau courante, donc des conditions de vie lamentables, nous nous posons dès lors la question :

**Sommes-nous face à un événementiel ou face a un tsunami qui tente d'effacer tout existentiel ?**

Nous nous sommes dès lors attardé sur certaines réflexions :

□ Quel est la place du citoyen, de cet exclu ?

□ Ou sont passé les artistes de la ville de l'Ilm et Oulama (Constantine) ?

Nous allons tenter de répondre à toutes ces questions en aval, pour lever le voile sur un état de fait, et surtout un vécu, nous pensons que la meilleure façon de transmettre l'information est celle où l'on décrit sa propre expérience, « le vécu » c'est vrai que c'est une simple sensation mais elle est palpable et là réside sa force.

L'organisation d'un **grand événement** implique une mobilisation importante de la population, sur un même territoire, autour d'un **projet collectif**, ce n'est pas le cas à Constantine, au lieu que **le citoyen** exprime sa fierté pour le déroulement d'une telle manifestation, il est en plein désarroi, il suffoque; en fait ce qui se passe à Constantine, est désolant l'identité de cette ville est complètement gommée, pour reconstruire une nouvelle, artificielle, sans âme et sans esprit, et surtout sans aucun fondement.

Rien ne sert de nier son histoire, c'est même là la force de la ville dans ces racines, ces us et ces coutumes ; rendre attractifs les quartiers délaissés et fragiles (tels que l'ex rue de France et ex saint jean à Constantine) en relevant leurs potentiels culturels va au-delà de l'objectif **social**.

Certes il est question de **cohésion sociale**, et de mettre de côté les conflits à l'occasion d'un moment festif, mais c'est d'abord une volonté qui s'inscrit dans la stratégie globale de la ville.

Car de nouveaux facteurs rentrent en jeu, comme les degrés de **tolérance des citoyens**, la capacité de **dialogue** des différents acteurs de la ville et de ces **habitants** ; le taux de **coopération** entre les **acteurs culturels**, institutionnels et économiques, la capacité de mettre en place des **modes de communication** efficaces entre les **groupes sociaux** et les organisateurs, celle de **réunir une population** attendue en masse en toute **sécurité** pour la faire circuler dans les artères de la ville, ... C'est pourquoi de nombreuses grandes villes intègrent l'évènement dans leur stratégies d'aménagement et de développement interne.

Mettre en mouvement une ville est un projet qui se construit normalement en **commun**, à l'intérieur d'un **cadre créatif**, mais on constate l'absence totale de l'**artiste** à Constantine, l'**artiste** a perdu sa notoriété, au lieu de faire partie de la société créative, **il est noyé dans le décor de l'ordinaire, il est devenu juste quiconque !**

Un événementiel d'une telle ampleur aurait dû être l'occasion propice pour recréer des **liens sociaux** dans une logique **anti-individualiste** en ajoutant une dimension festive et dynamisante.

### **Où est passé l'artiste à Constantine ?**

L'**artiste** est absent dans la ville de **Constantine** il n'a ni été informé, ni été sollicité, mais il peut être la clé de voute, l'espoir de tous ces jeunes qui habitent ces **quartiers en difficultés**. En fait la ville du Maalouf et du cuivre a laissé de côté ces artistes, cette ville qui était jadis le berceau du théâtre avec ces pièces théâtrales inédites, cède la place à une ville qui accueille

seulement deux festivals celui de DIMA JAZ et LE FESTIVAL DE LA MUSIQUE DU MAALOUF.

Mais la ville de l'ILM et L'OULAMA vaut bien plus que ça, de par son histoire, et surtout son grade de ville du savoir et des savants aurait-elle tendance à perdre ce grade ?

Nous avons donc réfléchi sur une éventuelle création d'un espace de l'art ou **artistes** et **habitants** peuvent communiquer en toute liberté dans **un lieu** qui leur sera propre !

**Pourquoi ne pas définir un nouvel espace de l'art ?** Accessible à cette catégorie fragile de la ville, **un espace** palpable, nous ne parlons pas de musées, ou de salles de cinémas, ou de théâtres, ou de salles d'expositions, mais plutôt d'un **espace** de rencontre pour les **habitants**, où les **artistes** peuvent être en contact avec eux en période de crise, cela peut s'avérer prolifique.

Cet **artiste** qui fabrique du beau et de l'étonnement avec trois fois rien, ressent et comprend plus ces **jeunes en difficultés**, pour eux il représente ce magicien qui est capable de transformer le lait en beau. Avec son tact et ces actions il a su préserver sa liberté créatrice et y faire adhérer ses partenaires. Il peut devenir le moteur du **développement social** des **quartiers en difficultés** et au même temps ce collaborateur impliqué dans le développement globale de la ville. Il sera cette passerelle, se messager entre les collectivités locales et les **jeunes** en quête d'une vie meilleure.

### **Peut on réussir a construire un imaginaire commun ?**

Si le spectacle vivant s'inscrit dans **l'espace urbain** il participe dès lors à la construction d'un **imaginaire commun**, dans un contexte où la scène et le décor sont représenté par la ville elle-même, il est donc possible de créer ce qu'appelle Philippe Chaudoir<sup>4</sup> « **un imaginaire de cohésion sociale** », et qu'un autre auteur, Sonja Kellenberger<sup>5</sup> qualifie « **d'imaginaire collectif du vivre ensemble** ». Pour cela la création des **espaces publics** est primordiale.

Pour comprendre cela il faut analyser l'état de fait en profondeur le problème et beaucoup plus complexe qu'il en a l'air.

Le tissu urbain de **Constantine** est constitué de trois sortes de tissus :

- Un tissu (A) très dense représenté par la **MEDINA**.
- Un tissu (B) dense représenté par la **partie coloniale** de la ville.
- Un tissu (C) étalé représenté par les **grands ensembles** et qui est majoritaire, c'est le plus répandu dans la ville. (ville nouvelle)

#### **Nos constats :**

Les deux tissus (A) et (B) favorisent la rencontre puisque ce sont des tissus denses, donc caractérisé par une présence forte d'**espaces publics** et de rencontre ; par contre le tissu (C)

---

<sup>4</sup> In « L'imaginaire urbain dans les arts de la rue », ouvrage collectif sous la direction de Michel Rautenberg, et la « Revue Culture et Musée », n°12, 2009, éd. Actes Sud.

<sup>5</sup> Idem

« Constitué des grands ensembles construits selon les principes de l'architecture moderne ignorent les espaces publics, tels que la ville traditionnelle les a développés, la rue corridor été bannie l'immeuble de ces cités est indépendant de tout parcellaire, libre dans **l'espace urbain** et affranchi de l'alignement entre bâtiments comme avec les axes de circulation. La rue n'est donc pas comme en centre-ville un linéaire de façades En plus, l'emprise au sol de ces immeubles est faible puisqu'en moyenne ce sont 85 % du terrain total d'une cité qui constitue les espaces non bâtis »<sup>6</sup>.

Ces **surfaces** sont mal identifiées, occupés par des véhicules en stationnement, ou des pelouses parfois arborées mais non dévolues à une fonction particulière. Les magasins étant regroupés dans des galeries, les pieds d'immeubles ne sont pas associés à des activités commerciales, l'animation de ces **espaces** y est donc faible faute de grand passage et ils sont peu propices au développement de **pratiques sociales**.

**L'espace public** est devenu dans ces cas AGORA au sens politique du terme. La ville est en pleine perte de ces pouvoirs, à part peut-être pour les centres commerciaux et de loisirs. Si des opérations d'urbanisme seront exécutées sur ces cités l'axe primordial à traiter sera donc de recréer les **d'espaces publics** où les habitants peuvent se rencontrer et échanger.

**Les manifestations culturelles et artistiques** sont alors un outil déterminant pour favoriser la réussite de cette démarche et contribuer à la reconstruction de **liens sociaux**. En occupant ces **lieux**, elles y introduisent des symboles, des temps partagés et des éléments qui nourrissent l'imaginaire. Car, **l'espace public** est un sujet physique constitué de formes et de matériaux, mais aussi d'éléments immatériels. Pour l'aménager, il faut le remettre dans son contexte : ses fonctions, ses usages, mais aussi ses dimensions culturelles, historiques, mémorielles, ses rapports aux **habitants** du quartier et de la ville.

On peut le transformer afin qu'il réponde mieux à ses multiples usages, mais c'est aussi un levier pour une meilleure **société urbaine**. C'est pourquoi il doit être accessible et lisible par tous. En fait il met en scène **la société** qui l'occupe. C'est pour cela qu'il est considéré comme **un lieu de médiation** entre individus et **groupes sociaux**.

Les **espaces publics** centraux sont ouverts à tous, pas seulement aux **habitants** du quartier ; ils sont **des lieux d'attractivité**, ils véhiculent une dimension symbolique du **vivre ensemble**. Ce qui explique la nécessité de créer **des nouvelles centralités** dans les **quartiers périphériques**.

Animer une rue, c'est accueillir les différentes activités d'une **population** composite, c'est favoriser la circulation et donner des **repères géographiques**.

**La mettre en mouvement, c'est créer du flux et du reflux, c'est lui donner de la vie.**

---

<sup>6</sup> Sources : Dossier « Rue des Cités », in la revue de l'Urbanisme, n° 353, mars-avril 2007

## **Bibliographie :**

- 1/ Gilles ANTIER, « Les stratégies des grandes métropoles – enjeux, pouvoirs et aménagement », 2005, Armand Colin.
- 2/ Lionel ARNAUD, « Réinventer la ville : artistes, minorités ethniques et militants au service des politiques de développement urbain, une comparaison franco-britannique », 2008, col. Res Publica, Presse Universitaire de Rennes.
- 3/ Philippe AUGIER, « Pour une politique gagnante des grands évènements – les grands évènements, outils stratégiques et levier de croissance pour la France », 2009, rapport à monsieur Nicolas Sarkozy, non publié.
- 4/ Isabelle BARRAUD-SERFATY, « La crise nous oblige à inventer de nouvelles manières de faire la ville », article de presse paru dans Le Monde, 13 juillet 2009, en collaboration avec l'IEP Paris.
- 5/ Pascal BAVOUX, Jean Marc BERTHET, Pascale DUPONT et Béatrice MINET, « Art public et identité urbaine, l'artiste entre habitants et décideurs », 1993.
- 6/ Jean Claude BERGER, « La thèse de la classe créative : une analyse statistique sur le cas français », mémoire de 3<sup>e</sup> cycle, 2006, Université Paris I.
- 7/ Bernard DELOCHE, « La nouvelle culture – la mutation des pratiques sociales ordinaires et l'avenir des institutions culturelles », 2007, L'Harmattan.
- 8/ Paul LECROART, « Territoire en quête d'images », article paru dans la Revue de l'Urbanisme, HS n° 18, mars avril 2003.
- 9/ Arielle MASBOUNGI, « Penser la ville par l'art contemporain », 2004, coll. Projet urbain, Edition de la Villette.
- 10/ Christian RUBY, « L'art moteur de développement local ? », article paru dans la Revue de l'Urbanisme, n° 365, mars-avril 2009.
- 11/ Jean Marc STEBE, « La crise des banlieues », coll. Que sais-je ?, 2007, PUF.
- 12/ Eric DACHAUX, « L'espace public », 2008, CNRS.