



HAL
open science

Enjeux des stratégies de communication dans le processus de requalification de la décharge de Fresh Kills (New York).

Imène Ouali

► **To cite this version:**

Imène Ouali. Enjeux des stratégies de communication dans le processus de requalification de la décharge de Fresh Kills (New York).. CIST2020 - Population, temps, territoires, Collège international des sciences territoriales (CIST), Nov 2020, Paris-Aubervilliers, France. pp.689-693. <hal-03114736>

HAL Id: hal-03114736

<https://hal.science/hal-03114736v1>

Submitted on 19 Jan 2021

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.



HAL Authorization

AUTEURE
Imène OUALI-BOURAHLA

Enjeux des stratégies de communication dans le processus de requalification de la décharge de Fresh Kills (New York)

RÉSUMÉ

Depuis quelques années, les villes contemporaines mènent des stratégies de communication sur les projets de requalification des décharges urbaines en parcs paysagers. Ces actions constituent des réponses aux inquiétudes des habitants; elles opèrent généralement en amont et/ou en aval des projets. Dans le cadre de la requalification de la décharge de Fresh Kills à New York (2006-2036), les stratégies de communication adoptées marquent un tournant. En effet, le service des parcs de la ville de New York organise différents événements sur le site durant les travaux (visites guidées, journées à thèmes...) qui ont pour but de favoriser une appropriation par les habitants. Dans cette communication, notre hypothèse est la suivante: les événements mis en place dans le cadre du projet de FreshKills Park ouvrent sur un nouveau rapport homme / nature / ingénierie environnementale. Ce rapport sera apprécié à travers l'analyse thématique des événements mis en place et des photographies des visiteurs. Notre analyse se base sur des données collectées *in situ* en juin 2019 dans le cadre d'une recherche doctorale.

MOTS CLÉS

décharge urbaine, requalification, stratégie de communication, FreshKills Park, New York, photographie

Issues of communication strategies in reclamation's process of Fresh Kills Landfill

ABSTRACT

In recent years, contemporary cities conduct communication strategies on projects dealing with the reclaiming of urban landfills into parks. These actions are responses to the concerns of inhabitants, they generally operate upstream and/or downstream of projects. In the context of Fresh Kills landfill's reclamation in New York (2006-2036), communication strategy represents a new era in the practice of urban landfills's reclamation. Indeed, New York City parks department of organises various events on the site during reclamation works (group tours, open hours...) that intend to promote appropriation by inhabitants. In this communication, our hypothesis will be that these events set up in the context of FreshKills Park open up a new relationship between man / nature / environmental engineering. This relationship will be appreciated through the thematic analysis of the proposed events and photographies by the visitors. Our analysis is based on data collected *in situ* in June 2019 as part of doctoral research.

KEYWORDS

Urban landfill, Reclamation, Communication strategy, FreshKills Park, New York, Photography

Les décharges, lieu où l'on dépose les déchets (*Le petit Robert*, 2013), constituent un mode d'élimination des déchets qui reste incontournable et inévitable pour la fraction des déchets ultimes, qui représentent tout déchet « qui n'est plus susceptible d'être réutilisé ou valorisé dans les conditions techniques et économiques du moment »¹. Généralement situées à proximité des villes pour différentes raisons notamment pratiques (distance d'acheminement des déchets urbains, infrastructure de transport, etc.), les décharges sont souvent rattrapées par l'urbanisation; elles se greffent aux tissus urbains et deviennent une des composantes du paysage urbain. Leur exploitation devient problématique sur le plan environnemental, sanitaire et social (syndrome NIMBY²), ce qui peut représenter l'une des raisons de leurs fermetures.

¹ Cette définition est formulée par la loi-cadre des déchets en France (loi n° 92-646 du 13 juillet 1992). Cette notion de déchets ultimes, qui ne peuvent être éliminés que par la mise en décharge, est également présente dans d'autres contextes notamment aux États-Unis.

² Le terme *NIMBY*, *Not In My Back Yard*, désigne l'opposition des habitants à l'implantation d'un projet d'utilité publique en raison des nuisances qu'il peut générer à l'échelle locale.

Une fois fermées, elles peuvent constituer une opportunité paysagère et écologique au regard des enjeux urbains contemporains. Pour des considérations technico-économique, elles sont souvent requalifiées en parcs paysagers, qui suscitent curiosité et inquiétudes, légitimes des habitants (Ouali, 2014; Campbell *et al.*, 2017). Pour favoriser une (ré)appropriation des sites, les villes utilisent des stratégies de communication menées en amont et/ou en aval des projets, dont la mise en œuvre doit prendre en considération l'imaginaire des habitants (Kim & Miller, 2017). Dans le cadre de la requalification de la décharge de Fresh Kills à New York (2006-2036), la stratégie adoptée par les services de la ville opère tout au long du processus. Différents événements (expositions, visites guidées, journées portes ouvertes, etc.) sont organisés sur le site depuis le début des travaux dans le but de promouvoir le futur parc et répondre aux interrogations des habitants. Des documents sont exposés ou distribués aux visiteurs illustrant les capacités du projet, conçu par Field Operations-James Corner, à évoluer dans le temps et à permettre la restauration de l'habitat écologique initial du site. En outre, ils constituent une opportunité pour sensibiliser et informer les habitants sur les techniques et moyens de gestion du sous-sol / sol du site (les déchets enfouis). Dans cette communication, nous considérons que la stratégie de communication mise en place dans le cadre du projet de FreshKills Park implique un processus qui se tisse entre les trois éléments clés du projet, à savoir l'homme (visiteurs), la nature et l'ingénierie environnementale. Ainsi, notre hypothèse est la suivante: les événements créés ouvrent sur un nouveau rapport homme / nature / ingénierie environnementale. La décharge et les déchets ne sont pas dissimulés, ils sont mis en avant, ce qui constitue un tournant dans la pratique de la requalification des décharges urbaines. Pour démontrer l'impact de la stratégie de communication de FreshKills Park, nous nous appuyons sur l'analyse des documents accompagnant (poster, brochure...) et/ou résultant (photographies) de ces événements à travers les trois thèmes: l'homme (activités, programme), la nature (restauration des écosystèmes, biodiversité...) et l'ingénierie environnementale liée à la gestion post-exploitation de la décharge.

Figure 1. Localisation de la décharge de Fresh Kills (réalisé par l'auteur de l'article)



Figure 2. Vue sur les quatre monticules de la décharge de Fresh Kills
Source: J. Corner, 2005 (illustrée par l'auteur)



années 1990, l'équipe Field Operations propose non pas un objet fini mais un processus opérant à travers le temps. Nommé Lifescape, le concept du projet permet, sur un temps relativement long (30 ans), de restaurer les écosystèmes dégradés du site, d'offrir des paysages résilients et de réhabiliter le site dans l'imaginaire des habitants (Schafer & Reeser, 2002). Cette réhabilitation est favorisée par l'instauration d'un nouveau rapport nature / culture (Corner, 2005).

En 2006, le *master plan* du projet est finalisé et les travaux de requalification débutent sous la responsabilité du département des parcs, en l'occurrence le service FreshKills Park qui a été créé en 2006 à cet effet. Outre

1. FRESHKILLS PARK. LANDFILL TO LANDSCAPE

La décharge de Fresh Kills est située à Staten Island dans l'état de New York (fig. 1). D'une superficie de 890 ha, elle représente la plus grande décharge au monde. Elle a été créée en 1948 sur un site marécageux constituant l'écosystème de nombreuses espèces animales et végétales de par sa situation géographique et la nature géologique glaciaire de ses sols. Pendant un demi-siècle d'exploitation (1948-2001), quatre monticules de déchets, de plus de 50 m de hauteur, se sont formées sur le site (fig. 2). En 1999, le *Department of City Planning* de la ville de New York, en association avec d'autres acteurs notamment le département des parcs, entament la préparation d'un concours international, intitulé « *Landfill to Landscape* » (« De la décharge au paysage »), pour la transformation de la décharge en parc (fig. 3 et 4), qui sera lancé en 2001. Un processus a été mis en place, sur deux ans, pour étudier les propositions et sélectionner les équipes qui répondent le mieux aux objectifs du concours. En 2003, l'équipe Field Operations-James Corner est désignée lauréate.

Fondée et dirigée par le paysagiste et théoricien du paysage James Corner à New York à la fin des



Figure 3. FreshKills Park à l'horizon 2036
Source: J. Corner, 2005.

la réalisation, ce service a pour objectif la promotion du futur parc, en collaboration avec l'association FreshKills Park Alliance créée en 2010.

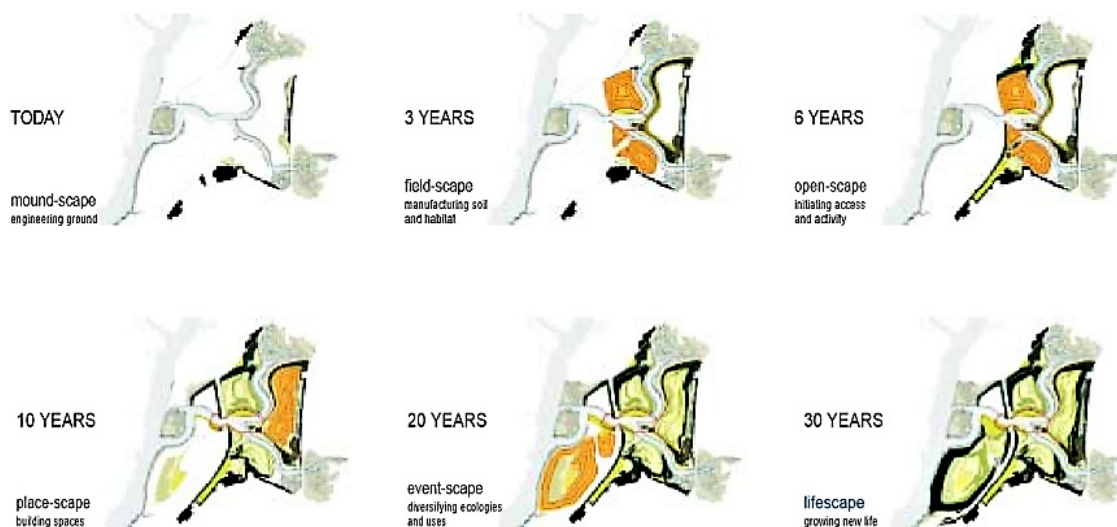
2. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE FRESHKILLS PARK ADMINISTRATION ET FRESHKILLS PARK ALLIANCE

Pour définir une stratégie de communication efficace répondant de manière optimale aux préoccupations des habitants, deux études scientifiques ont été menées respectivement en 2011 et 2012. La première

a permis de saisir l'opinion et les inquiétudes des habitants de Staten Island vis-à-vis du projet, tandis que la deuxième, réalisée par une équipe de recherche de Columbia University travaillant sur le *sustainability management*, offre une feuille de route pour le service de FreshKills Park. Elle identifie les différentes opérations à mettre en place, notamment l'organisation d'événements sur le site (Rosen *et al.*, 2012), dans le but de faire découvrir aux habitants le concept novateur du parc mais aussi les techniques d'ingénierie environnementale liée à la gestion du sol (les déchets). Des visites guidées permettent à des groupes restreints de découvrir l'histoire de la décharge, le projet et son développement. Des journées portes ouvertes concernent un plus large public et représentent une opportunité pour arpenter, exploiter et expérimenter le parc en devenir, tandis que des journées, dites spéciales, sont réservées à des groupes de chercheurs, d'étudiants, de photographes, etc., invités sur le site donc dans le cadre de programmes bien définis dans un objectif de recherche scientifique ou de diffusion du projet. Ainsi, « *Capturing Change* » constitue l'un des programmes de ces journées spéciales au cours duquel des photographes, professionnels ou amateurs sont sollicités pour « capturer » au fil des saisons l'évolution du paysage de la décharge; les photographies alors produites témoignent du nouveau regard porté sur le site qui s'intéresse à la fois aux traces du passé mais aussi aux effets induits du processus de requalification en cours.

3. ENJEUX DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE FRESHKILLS PARK

Figure 4. Temporalité du projet de Field Operations-James Corner
Source: J. Corner, 2005.



Le projet de Field Operations se présente comme un processus qui associe nature, culture et ingénierie environnementale. La stratégie de communication adoptée par le département des parcs de New York et FreshKills Park Alliance a pour objectif de mettre en valeur ce rapport qu'introduit le projet. Pour saisir l'impact de la stratégie de communication sur les visiteurs, nous utilisons ces trois thèmes en tant que grille d'analyse des informations fournies lors des événements ainsi que des photographies produites lors des journées « *Capturing Change* ».

À travers les posters exposés, les plans et brochures distribués lors des événements, FreshKills Park est présenté comme un espace de loisirs et de nature comprenant des installations d'ingénierie environnementale rappelant le passé de décharge. Un espace où l'on peut se promener, découvrir une biodiversité riche, étudier (pour les scientifiques) la capacité de résilience des sites pollués et les processus de (ré)introduction

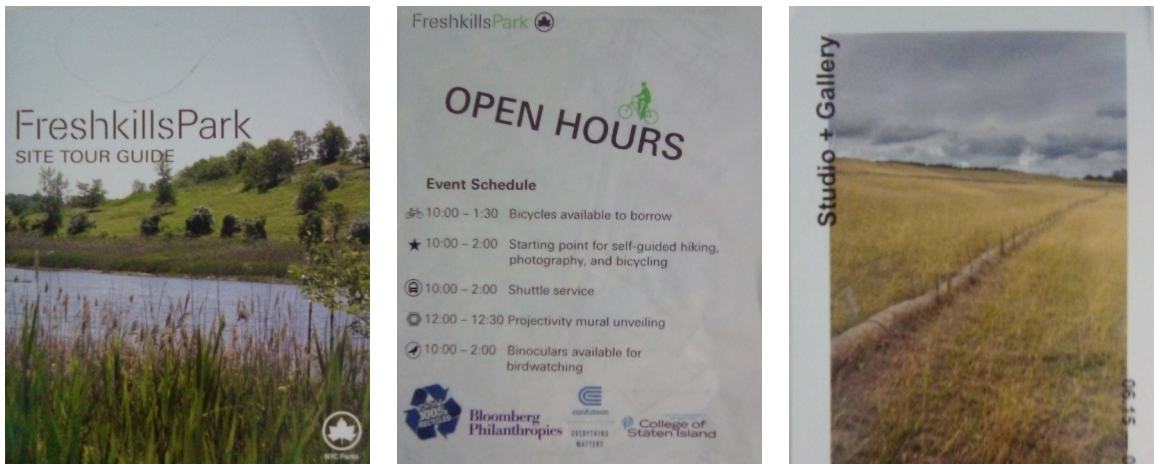


Figure 5. Documents distribués lors de trois événements organisés sur le site de Fresh Kills du 15 au 30 juin 2019
Source : auteure de l'article.

de la nature en milieu urbain, et comprendre le processus de digestion d'une décharge. Dans une logique d'attrait, l'objectif de cette stratégie est de susciter de l'intérêt afin que les habitants se rendent sur le site pour y découvrir ses potentialités. Cette expérience du parc induit de nouveaux regards. Les photographies produites à l'occasion des journées « *Capturing Change* » sont l'un des outils permettant de le démontrer. Au-delà de l'aspect esthétique du parc en devenir (vues, horizon...), les photographes portent un intérêt particulier sur les installations de gestion de la décharge, à savoir les puits et la station de biogaz, les matériaux de recouvrement, etc., la faune et la flore. Les images mettent en valeur cette cohabitation (fig. 6 et 7).

Figure 6. Rapport ingénierie environnementale / homme / nature (source 6a, 6b, 6c: www.freshkillspark.org, source 6d: Muriel Ote)



6a. Photo : Kipp Wettstein, 2015.



6b. Photo : Mickael Anton, 2015



6c. Photo : Min Liao, 2018.



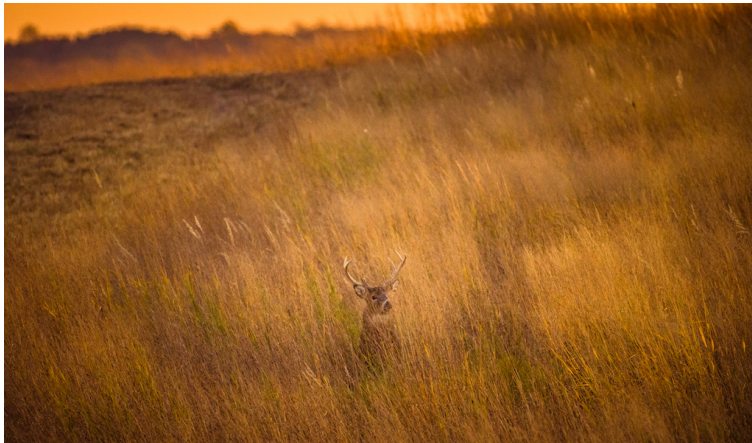
6d. Photo : Muriel Ote, 2019



7a. Photo: Muriel Ote, 2019.



7b. Photo: Kipp Wettstein, 2016.



7c. Photo: Lance J. Reha.



7d. Photo: Muriel Ote, 2019.

Figure 7. Regards sur la capacité de résilience de FreshKills Park notamment par rapport à la faune et la flore (source 7a et 7d: Muriel Ote, source 7b et 7c: www.freshkillspark.org)

CONCLUSION

La stratégie de communication de FreshKills Park marque un tournant dans la pratique de requalification des décharges urbaines. Elle se base sur les caractéristiques, physiques et sensibles, de la décharge pour favoriser l'appropriation du parc en devenir. Tout en explicitant le processus de digestion de la décharge, elle permet aux habitants de découvrir un processus ouvrant sur un paysage résilient.

RÉFÉRENCES

- Campbell L. K., Klenosky D. B., Snyder S. A., Vogt C. A., 2017, "If We Transform the Landfill, Will They Come? Predicting Visitation to FreshKills Park in New York City"; *Landscape and Urbanism Planning*, vol. 167, p. 315-325 [en ligne: www.nrs_2017_klenosky_001.pdf, consulté le 15/01/2018].
- Corner J., 2005, "Lifescape. FreshKills Parkland"; *Topos*, n° 51, p. 14-21.
- Kim E. J., Miller P., 2017, "Residents' Perception of Local Brownfields in Rail Corridor area in the City of Roanoke: The Effect of People's Preconception and Health Concerns Factors"; *Journal of Environmental Planning and Management*, 60(5), p. 862-882.
- Ouali I., 2014, *Reconquête des paysages répulsifs. Impact de la réhabilitation des décharges publiques sur la perception des riverains. Cas de la décharge d'Oued Smar (Alger)*, mémoire de magister, sous la direction de Youcef Kehila, École polytechnique d'architecture et d'urbanisme d'Alger.
- Rosen L., Chun J., Giuffrida D., Held D., Hogue S., Johnson T., Mustafa D., Perez Nevarez M., Quinlan P., Sciortino R., Shershavin J., Simkins J., Simpson S., 2012, *Freshkills Park. A Communications Strategy to Address Public Health Concerns*, New York, Columbia University [en ligne: www.nrs.fs.fed.us/nyc/local-resources/downloads/Freshkills-Park-Final-Report.pdf, consulté le 24/07/2019].
- Schafer A., Reeser A., 2002, "Lifescape: Field Operations"; *Praxis*, n° 4, p. 20-27.

L'AUTEURE

Imène Ouali-Bourahla

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne / École doctorale de géographie
Ensa Paris La Villette — Architecture milieu paysage
ouali.imene@gmail.com